

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA
ESCUELA MULTILINGUE DE NEGOCIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES**

**DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA
MULTILINGÜE EN NEGOCIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES**

**ANÁLISIS DEL FLUJO DEL COMERCIO EXTERIOR DE LAS PYMES ECUATORIANAS
A TRAVÉS DEL USO DE LAS REDES SOCIALES Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO
(2007-2012)
CASO DE LA AGROINDUSTRIA**

LISSETTE ANAHÍ HERRERA GUTIÉRREZ

**JUNIO, 2014
QUITO – ECUADOR**

DEDICATORIA

A mis padres quienes a través de su ejemplo me han enseñado a luchar por cumplir con mis sueños, a saber que todo esfuerzo tiene su recompensa y a aprender de los obstáculos y caídas que se presentan a lo largo de mi camino hacia mis objetivos.

A mis abuelos por sus palabras de aliento y preocupación constante, por ser la base de mi hogar, la mejor escuela que pude haber tenido.

ÍNDICE

I.	TEMA	1
II.	RESUMEN	1
III.	ABSTRACT	2
IV.	ABSTRAKT	3
V.	INTRODUCCIÓN	4
CAPITULO I		10
EI USO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO		10
1.1.	El comercio electrónico como herramienta comercial	10
1.1.1.	El comercio electrónico	10
1.1.2.	Modelo B2C	13
1.1.3.	Modelo B2B y C2C	15
1.2.	Rutas de distribución	17
1.2.1.	Redes y Medios Sociales	17
1.2.2.	Marketing y Ventas	19
1.2.3.	Formas de pago	21
1.3.	La utilización del comercio electrónico	24
1.3.1.	Oportunidades y Beneficios	24
1.3.2.	Empresas predominantes de comercio electrónico	27
1.3.3.	Productos o servicios	28
CAPITULO II		32
LAS PYMES DE LA AGROINDUSTRIA ECUATORIANA		32
2.1.	El comercio electrónico como herramienta comercial	32
2.1.1.	El uso del internet en el Ecuador	32
2.1.2.	Razones de uso del internet	35
2.1.3.	Problemas y limitaciones	37
2.2.	Sector Agroindustrial	39
2.2.1.	Empresas Nacionales	40
2.2.2.	Principales productos	42
2.2.3.	Principales destinos de las exportaciones del sector agroindustrial	44
2.3.	Oportunidades de las Pymes de la Agroindustria	46
2.3.1.	El potencial del mercado	47
2.3.2.	Tendencias de consumo	49
2.3.3.	Oportunidades para el Ecuador	51
CAPITULO III		54
CATEGORIZACIÓN DE LA AGROINDUSTRIA		54
3.1.	Agroindustria de valor agregado bajo	54
3.1.1.	Situación comercial de la uvilla	54
3.1.2.	Principales socios comerciales de la uvilla	57
3.1.3.	Canales de distribución por vía electrónica de la uvilla	59
3.2.	Agroindustria de valor agregado alto	61
3.2.1.	Situación comercial de la panela	61
3.2.2.	Principales socios comerciales de la panela	64
3.2.3.	Canales de distribución por vía electrónica de la panela	65
3.3.	Agroindustria de valor agregado muy alto	68
3.3.1.	Situación comercial de los frutos secos o deshidratados	68
3.3.2.	Principales socios comerciales de los frutos secos o deshidratados	70

3.3.3.	Canales de distribución por vía electrónica de frutos secos o deshidratados	72
VI.	ANÁLISIS	77
VII.	CONCLUSIONES	79
VIII.	RECOMENDACIONES	81
	BIBLIOGRAFÍA	83
	ANEXOS	87

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 VENTAS EN LÍNEA POR REGIÓN (2011 – 2016)	12
GRÁFICO 2 USO DE INTERNET EN LOS HOGARES DEL ECUADOR (2009-2012)	33
GRÁFICO 3 RAZONES DE USO DEL INTERNET A NIVEL NACIONAL	36
GRÁFICO 4 PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN DE REDES SOCIALES EN UN SMARTPHONE	37
GRÁFICO 5 EVOLUCIÓN EXPORTACIONES SECTOR AGROINDUSTRIAL (2007-2012)	41
GRÁFICO 6 EXPORTACIONES DE LA UVILLA (2007-2012)	55
GRÁFICO 7 TOTAL FOB USD UVILLA (2007-2012)	56
GRÁFICO 8 TOTAL KGS NETO UVILLA (2007-2012)	57
GRÁFICO 9 PAÍSES DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE LA UVILLA (2007-2012)	58
GRÁFICO 10 EXPORTACIONES DE LA PANELA (2007-2012)	62
GRÁFICO 11 TOTAL FOB USD DE EMPRESAS EXPORTADORAS DE PANELA (2007-2012)	63
GRÁFICO 12 PAÍSES DESTINO DE LA EXPORTACIÓN DE LA PANELA (2007-2012)	64
GRÁFICO 13 EXPORTACIONES DE FRUTOS SECOS O DESHIDRATADOS (2007-2012)	69
GRÁFICO 14 TOTAL FOB USD POR EMPRESAS EXPORTADORAS DE FRUTOS SECOS O DESHIDRATADOS (2007-2012)	70
GRÁFICO 15 PAÍSES DESTINO DE LA EXPORTACIÓN DE FRUTOS SECOS O DESHIDRATADOS (2007-2012)	71

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1	
IMPORTANCIA DE SERVICIOS AL REALIZAR UNA COMPRA EN LÍNEA	30
TABLA 2	
EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE LA AGROINDUSTRIA (2008-2012)	43
TABLA 3	
PRODUCTOS PRINCIPALES QUE SE PRODUCEN EN EL ECUADOR	44
TABLA 4	
PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIONES NO PETROLERAS DEL ECUADOR 2012	45

ÍNDICE DE IMÁGENES

IMÁGEN 1 INFOCENTROS DEL ECUADOR	34
IMÁGEN 2 PROGRAMAS DE ACCESO A LAS TICs	34
IMÁGEN 3 PRINCIPALES IMPORTADORES DE FRUTAS Y VEGETALES	46
IMÁGEN 4 LOGO DE LA EMPRESA FRUTIÉRREZ S.A.	59
IMÁGEN 5 UVILLAS A GRANEL	60
IMÁGEN 6 UVILLAS POR 12 CANASTOS	60
IMÁGEN 7 UVILLAS POR 8 CANASTOS	60
IMÁGEN 8 PANELA GRANULADA DE 500 GR	66
IMÁGEN 9 PANELA GRANULADA DE 1000 GR	67
IMÁGEN 10 PÁGINA WEB DE SKS FARMS	72
IMÁGEN 11 ESTADÍSTICAS DE LA PÁGINA DE FACEBOOK DE PACARI	73
IMÁGEN 12 PÁGINA WEB DE NATURE'S HEART	74
IMÁGEN 13 ESTADÍSTICAS DE FACEBOOK DE NATURE'S HEART	75
IMÁGEN 14 PÁGINA DE TWITTER DE NATURE'S HEART	76

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1

VENTAS EN LÍNEA POR REGIÓN (2011 – 2016)

ANEXO 2

USO DE INTERNET EN LOS HOGARES DEL ECUADOR (2009-2012)

ANEXO 3

RAZONES DE USO DEL INTERNET A NIVEL NACIONAL

ANEXO 4

PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN DE REDES SOCIALES EN UN SMARTPHONE

ANEXO 5

EVOLUCIÓN EXPORTACIONES SECTOR AGROINDUSTRIAL (2007-2012)

ANEXO 6

EXPORTACIONES DE LA UVILLA (2007-2012)

ANEXO 7

FOB USD Y KGS NETOS DE LA UVILLA AÑO 2007

ANEXO 8

FOB USD Y KGS NETOS DE LA UVILLA AÑO 2008

ANEXO 9

FOB USD Y KGS NETOS DE LA UVILLA AÑO 2009

ANEXO 10

FOB USD Y KGS NETOS DE LA UVILLA AÑO 2010

ANEXO 11

FOB USD Y KGS NETOS DE LA UVILLA AÑO 2011

ANEXO 12

FOB USD Y KGS NETOS DE LA UVILLA AÑO 2012

ANEXO 13

TOTAL FOB USD Y KGS NETOS DE LA UVILLA (2007-2012)

ANEXO 14

PAÍSES DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE LA UVILLA (2007-2012)

ANEXO 15

PORCENTAJE DE PAÍSES DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE LA UVILLA (2007-2012)

ANEXO 16

EXPORTACIONES DE LA PANELA (2007-2012)

TOTAL FOB USD DE EMPRESAS EXPORTADORAS DE PANELA (2007-2012)
PAÍSES DESTINO DE LA EXPORTACIÓN DE LA PANELA (2007-2012)

ANEXO 17
EXPORTACIONES DE LA PANELA (2007-2012)

ANEXO 18
TOTAL FOB USD DE EMPRESAS EXPORTADORAS DE PANELA (2007-2012)

ANEXO 19
PAÍSES DESTINO DE LA EXPORTACIÓN DE LA PANELA (2007-2012)

ANEXO 20
EXPORTACIONES DE FRUTOS SECOS O DESHIDRATADOS (2007-2012)
TOTAL FOB USD POR EMPRESAS EXPORTADORAS DE FRUTOS SECOS O
DESHIDRATADOS (2007-2012)
PAÍSES DESTINO DE LA EXPORTACIÓN DE FRUTOS SECOS O
DESHIDRATADOS (2007-2012)

ANEXO 21
EXPORTACIONES DE FRUTOS SECOS O DESHIDRATADOS (2007-2012)

ANEXO 22
TOTAL FOB USD POR EMPRESAS EXPORTADORAS DE FRUTOS SECOS O
DESHIDRATADOS (2007-2012)

ANEXO 23
PAÍSES DESTINO DE LA EXPORTACIÓN DE FRUTOS SECOS O
DESHIDRATADOS (2007-2012)

I. TEMA

ANÁLISIS DEL FLUJO DEL COMERCIO EXTERIOR DE LAS PYMES ECUATORIANAS A TRAVÉS DEL USO DE LAS REDES SOCIALES Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO (2007-2012) CASO DE LA AGROINDUSTRIA

II. RESÚMEN

El comercio electrónico es el espacio virtual en donde se genera el acto de compra y venta en línea, se realizan transacciones comerciales, se obtienen herramientas para la comercialización de bienes y se crea un mercado digital, similar a uno real, en el cual existen compradores y vendedores. A diferencia del mercado tradicional, se elimina la necesidad de trasladarse hacia un sitio para encontrar lo que se requiera, se digita una palabra clave y el buscador realizará diferentes filtros de acuerdo a lo solicitado y hará un redireccionamiento inmediato a diferentes páginas web que ofrezcan lo buscado.

Las redes sociales son un espacio en el que los usuarios pueden interactuar con otros, sin importar el tiempo o el lugar en el que la comunicación tome lugar. Para las empresas las redes sociales son un medio de publicidad gratuita o de bajo costo y de expansión masiva, además son atractivas debido a la facilidad de difusión de información que se da en estos medios. Es por esto que se analiza la potencialidad que el internet y sus componentes pueden llegar a tener en empresas medianas o pequeñas; se estudian las barreras y oportunidades que se presentan durante el uso del comercio electrónico y se analizan casos exitosos de comercio electrónico a nivel mundial.

En este análisis el enfoque principal es el sector de la agroindustria, dentro del cual se han estudiado las tendencias del mercado y de los consumidores, los principales países importadores de productos de este sector, y las oportunidades de mercado que el Ecuador podría tener respecto a sus principales socios comerciales y las inclinaciones de consumo. Se tomaron en cuenta tres productos ejemplo para analizar como las empresas se manejan a través del uso del comercio electrónico y las redes sociales, se categorizaron de acuerdo a la cantidad de valor agregado que posean y se identificaron también los principales

países destino, la cantidad de exportaciones en precio y en peso, las principales empresas dedicadas a este sector y el canal electrónico que utilizan.

III. ABSTRACT

E-Commerce is a space where the buying and selling of products or services is generated over electronic systems such as the Internet and other computer networks. It is the place where commercial transactions occur, tools for marketing goods are founded and where a digital market is created. It is similar to a real market where you can find buyers and sellers, but unlike a traditional market, it is not necessary to go to a specific place to buy something. Only thing a user requires is to type some keywords and the search engine will develop some filters according to the words written. Once the machine gets a result, users can be redirected immediately with the touch of a click, to different websites offering the products that the user is looking for.

Social networking on the other side is a space in which users can interact with others. Regardless of the time or the location where communication takes place. For enterprises or companies that seek to expand it is an attractive space. It means free advertising, low cost, massive expansion and fast dissemination of information given through this media. That is why the potential that the Internet provides to small and medium enterprises is analyzed on this investigation. There is an analysis of the barriers and opportunities that arise during the use of electronic commerce. There is also a description and analysis of successful cases of e-commerce worldwide.

The main focus of this investigation is the agribusiness sector. Market and consumers trends are studied in order to identify specific businesses where the country might specialize. The identification of main importers of products in this sector in order to establish a direction of market search. Last but not least, three products were taken as an example to analyze aspects such as: the commercial profile of the product, the main importers of the product, quantity exported from Ecuador detailing price and weight, main companies in the country dedicated to this products in specific, and how these companies manage to use e-commerce or

social networks. These products are categorized according to the amount of added value.

IV. ABSTRAKT

E-Commerce ist ein Einkaufsvorgang in dem der Anbieter und Annehmer von Produkten oder Dienstleistungen über elektronische Systeme wie das Internet und andere Computer-Netzwerke handel generieren. Es ist wo Handelsgeschäften auftreten und Werkzeuge für die Vermarktung von Waren finden. Es ist wo eine Digitalmarkt erstellt wird, diese ist wie bei einem echten Markt ähnlich, da kann man Käufer und Verkäufer finden, aber im Gegensatz zu einem traditionellen Markt, es ist nicht notwendig zu einem bestimmten Ort gehen, um etwas zu kaufen. Wenn ein Benutzer etwas benötigt, braucht er einfach einige Stichworte im Tastatur eingeben und die Suchmaschine wird die information filtern. Sobald die Maschine ein Ergebnis bekommt, kann man gleich mit der Berührung eines clics umgeleitet werden und verschiedene Websites die die gewünschte produkte bieten finden.

Auf der anderen Seite findet man Soziale Netzwerke, da können Benutzer, Unabhängig von der Zeit oder dem Ort, mit anderen interagieren. Für die Unternehmen ist es attraktiv im Netzwerke ein Konto zu haben daher dass es kostenlose Werbung, niedrige Kosten, massive Expansion und schnelle Verbreitung von Informationen bedeutet. Die Potential dass Internet für kleine und mittlere Unternehmen anbietet ist an dieser Arbeit analysiert, als auch der Hemmnisse und Möglichkeiten, die bei der Nutzung des elektronischen Geschäftsverkehrs entstehen. Es gibt auch eine Beschreibung und Analyse der erfolgreichen Fälle von E-Commerce weltweit.

Der Schwerpunkt dieser Untersuchung ist die Agrarindustrie. Markt und Verbraucher Trends werden studiert damit es die Unternehmen sich in bestimmte produkte specialyizieren können. Es werden die wichtigsten Importeure von Produkten in diesem Bereich identifiziert. Nicht zuletzt wurden drei Produkte als Beispiel genommen, um verschiedene Aspekte zu identifizieren: die kommerzielle Profil des Produkts, die wichtigsten Einführer der Ware, Menge in Preis und

Gewicht die aus Ecuador exportiert ist, Hauptunternehmen des Landes , und wie diese Unternehmen E -Commerce oder soziale Netzwerke verwenden. Diese Produkte sind je nach der Menge von Mehrwert zugeordnet.

V. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial el uso del comercio electrónico como forma de compra y venta de bienes y servicios, es creciente y de uso frecuente, ésta herramienta ha potenciado el ingreso y competitividad de empresas reconocidas a nivel internacional. En el Ecuador y países en vías de desarrollo la presencia de las Pequeñas y Medianas Empresas son la base del sistema productivo y contribuyen al desarrollo económico y social, por lo que la implementación de tecnologías podría mejorar la gestión, productividad y competitividad. Mediante esta herramienta es posible el intercambio de diferentes tipos, esto se debe a que la compra y venta puede realizarse por toda persona que tenga acceso a internet.

En el Ecuador la aplicación del comercio electrónico se difunde con limitaciones por diferentes factores que inciden en la utilización, la demanda existe y las condiciones en las que existe pueden ser mejoradas y ampliadas, además el uso de esta herramienta en países en vías de desarrollo no tiene la suficiente credibilidad del consumidor para que este recurra a su uso como principal medio de compra y venta. Las redes sociales y el comercio electrónico son una forma de llegar al consumidor, además las necesidades cambiantes del consumidor así como las características de la demanda y el consumo en otros países, son determinantes para que se pueda usar la ventaja comparativa frente a otros y logre distinguirse de los demás. Estas podrían ser limitantes del mercado que hacen que el ingreso de las pequeñas y medianas empresas al mercado internacional se vea limitado.

A nivel nacional los medios de comunicación adoptan otras tendencias como son el uso de teléfonos celulares inteligentes (smarthphones), correo electrónico, redes sociales o videoconferencias, estos medios facilitan una comunicación inmediata y a bajo costo, obteniendo un retorno casi instantáneo sobre la inversión. Las redes sociales en principio se crearon con el fin de generar

espacios en donde las personas puedan interactuar con otras, pero debido a su crecimiento y las herramientas que proporciona, las empresas han visto atractivo posicionarse en estos medios, en los que pueden hacer una publicidad libre. Su uso es beneficioso para los negocios de pequeñas, medianas y grandes empresas, el potencial de difusión que se adquiere con una red logra que los mensajes o publicaciones lleguen a más de uno y al mismo tiempo.

Los negocios del comercio electrónico son la creación de mercados digitales en donde las empresas y los consumidores se encuentran expuestos al libre comercio, teniendo apertura a recibir y enviar información de uso para ambas partes. Al constituir una forma de comercio se encuentra frente a ciertas oportunidades y beneficios, de los cuales el conocimiento es indispensable para analizar en qué falla el negocio o cuál es el motivo de su éxito. Se describen las empresas líderes en el uso del comercio electrónico como herramienta comercial a nivel mundial y los principales productos o servicios demandados, de los cuáles el mercado ecuatoriano podría tomar ventaja.

Los consumidores están expuestos al dinamismo constante de la publicidad que las empresas utilizan para conservar a sus clientes y para cubrir nuevos segmentos del mercado, para esto el comercio electrónico es utilizado como herramienta comercial y de marketing que como resultado del aumento en el alcance de las tecnologías de la información, tanto los consumidores como los empresarios tienen la opción de utilizar medios no tradicionales en el momento de realizar algún tipo de transacción o intercambio, ya sea de bienes o de servicios.

En lo que respecta a la forma de comercializar sus productos, algunas empresas optan por hacerlo por internet, buscando de esa manera mejorar la gestión y la productividad. Para las pymes de cualquier sector productivo, el internet puede minimizar costos y ser beneficioso en el momento de integrarse al mercado nacional e internacional, situación en la que las pequeñas empresas se vuelven vulnerables a la presión competitiva. El sector agroindustrial del Ecuador parte del sector productivo del país, la cual agrupa dos sectores, la agricultura y la industria, dentro de los cuales se puede clasificar en relación a la obtención del producto final que puede ser de bajo, algún, alto y muy alto valor agregado. Se

especifican los principales productos de exportación del país así como los principales países destino de las exportaciones.

Las PYMES del sector de la agroindustria ecuatoriana se pueden encontrar con ciertos problemas o limitaciones para usar el comercio electrónico, el principal es el hecho de que no existe una plena credibilidad en las páginas web por parte del mercado. Los usuarios pueden preferir las formas de negocios convencionales y a través de ellos se sienten menos expuestos a riesgos o propensos a estafas. Pero existen factores que pueden ayudar a potenciar su ingreso al mercado internacional, y estos se pueden distinguir en un análisis de las tendencias de consumo de diferentes mercados y así se pueden identificar las oportunidades comerciales que el Ecuador y el sector de la agroindustria pueden llegar a aprovechar para posicionarse en nichos de mercado.

En la actualidad la mayor parte de la información sobre un mercado potencial se encuentra en línea: estadísticas, pronósticos, curvas o desplazamientos tanto de la demanda como de la oferta de bienes o servicios. Es por esto que los países y sus determinados sectores pueden orientarse hacia la especialización en los productos en los cuales posean ventaja comparativa en relación a otros y de esta manera se cumple con el principio de que cada bien debe ser producido por el país que tiene el menor coste de oportunidad en la producción de este bien, beneficiándose así las naciones y cumpliendo con lo que establece el libre comercio.

La producción del sector de la agroindustria se puede categorizar con respecto al producto final que una industria genere, esto significa que el bien para consumo final puede encontrarse dentro del grupo de productos de valor agregado bajo, alto o muy alto:

- Los productos de valor agregado bajo son aquellos que se destinan al mercado sin haber pasado por procesos de industrialización previos, dentro de esta categoría se detallará la situación comercial de un producto en especial, la uvilla, la cual está dentro de la subpartida arancelaria 08109050.

- Los productos de valor agregado alto son aquellos que para el consumo final han pasado por procesos o modificaciones que agrega al producto algún factor diferenciador del producto considerado como materia prima. En esta categorización se va a estudiar a la panela, la cual está dentro de la subpartida arancelaria 17011110.

- Los productos de valor agregado muy alto son aquellos que tienen complejos procesos de industrialización para obtener productos de consumo final que en ciertos mercados se consideran sofisticados y por ende son más costosos. Dentro de esta categoría se estudiará a los frutos secos o deshidratados los cuales se encuentran dentro de la subpartida arancelaria 0802.

El modelo teórico que se utiliza para este trabajo es el Neoliberalismo, el cual se enfoca principalmente en la liberalización de los mercados de dinero, de bienes y de servicios, con una apertura externa con respecto al comercio, las finanzas y el desarrollo de sistemas financieros internos privados. Es el modelo económico en el que priman la libertad de mercado y de comercio, en especial su fin es disminuir la intervención política, reducir el gasto público y fomentar la inversión en sectores productivos. Su rama, la ventaja comparativa promueve el libre comercio y la especialización de los países para que puedan producir bienes de manera eficiente y competitiva a nivel mundial. (Cordes, 1987: 14)

El principio de la ventaja comparativa se basa en que el comercio puede mejorar el bienestar de los mercados por esto la interdependencia es deseable por lo que permite a las naciones disfrutar de mayor cantidad y variedad de bienes y servicios. La capacidad de producir y comercializar bienes se puede medir de dos maneras: 1. Quien tenga el menor coste de oportunidad en su producción se dice que tiene ventaja comparativa. 2. Quien pueda producir el bien con la menor cantidad de factores se dice que tiene ventaja absoluta. El pensador de esta teoría Peter F. Drucker estableció que se deben entender las implicaciones de las tendencias sociales, transformándolas en oportunidades. (Cristianisme, 1993: 11)

Las empresas y sus clientes tienen amplio alcance geográfico, por esto a través del Internet y de la disponibilidad instantánea de información, el verdadero poder radica en saber proyectar, interpretar y traducir enormes cantidades de información. Las economías globales integradas deben administrarse de manera que tomen decisiones a cualquier momento del día, la información viaja instantáneamente sin considerar la distancia y su disponibilidad es sorprendente. Peter dice que para poder ser ventajosamente competitivos es fundamental especializarse, pero que es peligroso sobre especializarse y entrar en aislamiento. (Drucker, 1996: 21)

La hipótesis que se va a analizar en este trabajo es que la insuficiente competitividad de las Pymes ecuatorianas para ingresar al mercado internacional se debería a la baja aceptación del comercio electrónico como vía de intercambio comercial, esto se daría por la falta de estrategias comerciales enfocadas a satisfacer las necesidades del consumidor. La misma que se intenta probar a través del objetivo general: Analizar las tendencias comerciales de las pequeñas y medianas empresas del Ecuador y de su actividad en relación al mercado internacional, a través del uso de herramientas virtuales como son el comercio electrónico y las redes sociales.

Los objetivos particulares son los tres:

1. Identificar la utilización del comercio electrónico a nivel mundial como vía de intercambio comercial.
2. Analizar la potencialidad que ofrecen las redes sociales y el comercio electrónico para las pequeñas y medianas empresas del sector de la agroindustria, en el proceso de internacionalización.
3. Determinar la capacidad que tienen las pequeñas y medianas empresas para ingresar al mercado internacional basándose en las condiciones que establece el mercado.

Para el cumplimiento de estos objetivos el tipo de investigación que se utiliza es exploratorio debido a que el tema de investigación parte de la realidad de las pequeñas y medianas empresas de la agroindustria del Ecuador y puede ser profundizada por medio de variables que serán analizadas en base a revisión bibliográfica y de documentos existentes. La investigación corresponde al modelo cualitativo y cuantitativo en razón del problema identificado, el cual necesita de análisis y síntesis. No existen investigaciones con este tipo de enfoque, lo que le da el carácter de novedoso y original.

El método de investigación a utilizarse para este trabajo es empírico debido a que durante el proceso se puede requerir la realización de entrevistas o encuestas. Se apoya en estudio de campo para obtener datos referentes al tema de investigación así como la recopilación de información de cámaras de comercio, institutos de estadísticas y boletines informativos respecto a la situación de país y del periodo de cinco años delimitados para el trabajo. Se partirá del objetivo general a los objetivos particulares, los que nos llevarán a responder las preguntas de investigación y despejar la hipótesis de trabajo para llegar a las conclusiones y recomendaciones.

Para la carrera este estudio tiene un caracter innovador porque las tecnologías de la información son el elemento facilitador de mayor acceso y alcance para los negocios y relaciones internacionales. En el momento de internacionalizarse las empresas pueden sacar provecho de las ventajas y beneficios del internet, del comercio electrónico y de las redes sociales, que son una forma de marketing en la cual el alcance de personas y mercados a los que se pueden llegar es incalculable. Y al conocer las herramientas y usos que se pueden aplicar a un negocio la capacidad de llegar a nichos de mercado se incrementa.

CAPITULO I

EI USO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

1.1. El comercio electrónico como herramienta comercial

El comercio electrónico es un medio para poder realizar la compra y venta de bienes y de servicios, a través del internet o de las redes sociales, para esto se hace una descripción de lo que es el comercio electrónico y los modelos de negocios dentro de esta herramienta comercial. Estos se dividen en razón de quién le vende a quién: El modelo de negocio a consumidor (B2C: Business to Consumer), el modelo de negocio a negocio (B2B: Business to Business) y el modelo de consumidor a consumidor (C2C: Consumer to Consumer). Los tres se detallan a continuación.

1.1.1. El Comercio Electrónico

El comercio electrónico en inglés e-commerce, es el medio por el cual se genera el acto de compra y venta a través de medios electrónicos como las TICs. Cuando esta forma de negocio surgió en el mercado se vio identificada por 6 formas en particular: la televisión, el fax, el teléfono, las transferencias monetarias y otras plataformas o sistemas electrónicos de pago, el intercambio de datos en línea y el Internet. El internet en comparación con las demás, es la herramienta que genera comunicación de lado y lado completa, con opción a seguimiento inmediato de los procesos que incluyen la transacción comercial en línea. (Omc, 1997: 1)

Por este medio los elementos de la cadena de producción y distribución de bienes y servicios pueden circular en línea sin límites de tiempo y espacio, libres de fronteras. Existen otros medios a parte del internet, pero su aparición e impacto pueden hacerlo ver como el inventor del comercio electrónico, lo cual se debe a la fuerza que ha adquirido, para convertirse en la herramienta preferida del consumidor. Entre las posibilidades que ofrece a nivel de negocios, están todas las partes de la transacción comercial, sea con una o más personas, barreras relacionadas con el tiempo o la distancia superadas, entornos multidisciplinarios

donde se pueden intercambiar sonidos, imágenes y textos, todo esto a costo reducido o en su totalidad gratis. (Omc, 1997: 1)

Las tecnologías de la información y la comunicación (TICs) son la unión de diversos recursos, procesos y técnicas utilizada para el procesamiento, almacenaje y emisión de información. Sus principales actividades están comprendidas por manejo y funcionamiento de hardware, software, internet, telecomunicaciones y contenidos digitales. Por ejemplo: la radio, la televisión, el teléfono y tecnologías modernas como el internet, la telefonía móvil y el GPS. El Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información del Ecuador dice que las TICs generan resultados favorables en la productividad de las empresas. Éstas impulsan la productividad laboral, siendo el uso del internet el instrumento de comercio electrónico reductor de obstáculos para las comunicaciones y el principal generador de emprendimientos que transforma las prácticas tradicionales de comercio. (Intel, 2014: 27)

La cantidad de comercio que ha impulsado desde finales del siglo XX se ve reflejada en innovaciones como la transferencia de fondos electrónica, el Marketing Online, las transacciones en línea y el intercambio electrónico de datos. Estas innovaciones han dado como resultado la reducción de trabajo administrativo por parte de las empresas, eficiencia y rapidez en las transacciones, acceso rápido a la información y almacenamiento masivo de datos. El principal objetivo de las empresas que utilizan la web como herramienta comercial es la potencialización de canales de marketing y ventas, acceso a catálogos interactivos de productos, listas de precios, venta directa de productos y servicio de soporte técnico ininterrumpido. (Intel, 2014: 27)

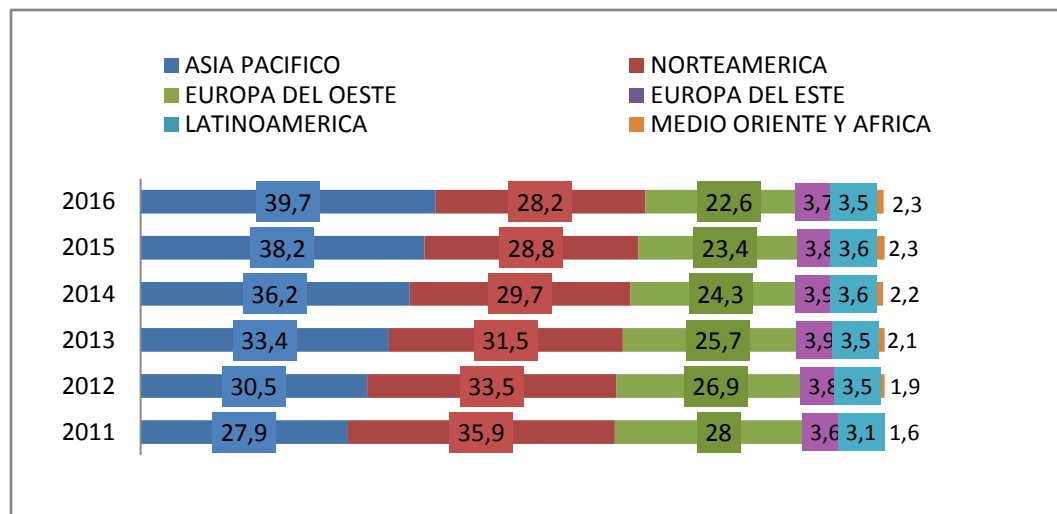
El internet es el más completo de todas las TICs, porque a través de él se puede realizar publicidad, compras, transferencias, envíos y el servicio solicitado puede efectuarse en línea por medio de este instrumento. Incluye intercambios y transacciones, correo electrónico, lectura y búsqueda de información, publicidad de empresas, vínculo entre personas en redes privadas o profesionales, edición de publicaciones, compra y venta de mercancías y suministro de servicios. El ahorro de tiempo es el principal atractivo de usar el comercio electrónico, éste permite

efectuar compras en los sitios web de las compañías sin concurrir a sus locales.
(Mintel, 2014: 27)

El abastecimiento de productos que esta herramienta permite, hacen que el usuario sea capaz de comparar productos de distintos proveedores y al realizar la compra hacerlo bajo distintas posibilidades de pago y envío. Los servicios que se pueden ofertar en línea hacen que el usuario desde la comodidad del hogar solucione sus problemas o tramite sus diligencias. El comercio electrónico incrementa el potencial de los negocios de llegar a sus clientes y a potenciales nuevos clientes. En el contexto mundial el porcentaje total de intercambio comercial a través del internet muestra profundos cambios en los hábitos de compra de los consumidores de todos los países.

En la tendencia realizada por eMarketer que se muestra en el gráfico 1, Asia es la región que muestra mayor crecimiento de ventas en línea, crece 11.8% en el periodo de 5 años. Según esta tendencia Norteamérica y Europa del Oeste disminuyen su porcentaje de ventas en línea en promedio en 6%. Latinoamérica aumenta de 3.1% en el año 2011 a 3.5% en el año 2016, este indicador evidencia el impacto que esta herramienta comercial va adquiriendo en el mercado latinoamericano. (Marketingdirecto, 2013: 2)

GRÁFICO 1
VENTAS EN LÍNEA POR REGIÓN 2011 - 2016



Fuente: eMarketer
Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

Los modelos de negocios del comercio electrónico se dividen en razón de quién le vende a quién. Entre ellos están: (Laudon & Guercio, 2010: 86)

- B2C: Negocio a consumidor (Business to Consumer)
- B2B: Negocio a negocio (Business to Business)
- C2C: Consumidor a consumidor (Consumer to Consumer)

1.1.2. Modelo Business to Consumer (B2C)

El comercio electrónico de negocio a consumidor (B2C) hace mención a los negocios que buscan llegar a consumidores individuales. Dentro del B2C existen varios modelos de negocios: (Laudon & Guercio, 2010: 81)

Los **portales** como Google, Yahoo y MSN / Windows Live son herramientas de búsqueda en línea, mensajería instantánea, correo electrónico, calendarios, compras, descargas o transmisión de fotografías y videos, ofrecen todo esto en un solo sitio. Los portales no venden nada ni reciben dinero por parte de sus usuarios, sino que sus ingresos vienen de los anuncios que se hacen para dirigir cierta publicación o información a los clientes, de las ventas que se hacen por publicidad o de afiliaciones. (Laudon & Guercio, 2010: 81)

Las **e-tailer** o **tiendas de ventas al detalle en línea** son tiendas virtuales que se asemejan a una tienda real común, en donde los clientes no necesitan acudir a la tienda sino solo conectarse al internet y acceder a la página web del e-tail en donde encontraran el inventario de los productos o servicios que la misma ofrezca. Los e-tailer más conocidos a nivel mundial son Amazon, Wal-Mart, JCPenny, Sataples Drugstore, Best Buy entre otras. En este modelo de negocio todo usuario de internet es cliente potencial, en especial aquellos que carecen de tiempo para ir al centro comercial, a quienes les es más eficiente y fácil hacer sus compras en línea. (Laudon & Guercio, 2010: 82)

Los **proveedores de contenido** representan el tipo de negocio que a través de una suscripción o mini cuota proporcionan al usuario acceso a contenido

de información el cual puede incluir todas las formas de propiedad intelectual: texto, CDs o Web. Este contenido se distribuye por medio del sitio en línea en forma de video digital, música, fotografías o texto. Ciertos sitios que usan este modelo de negocio son Netflix, The Wall Street Journal, Harvard Business Review, entre otros. Pero también están los proveedores de contenido que no cobran cuota para acceder a cierta información como lo hace CNN, los cuales perciben ingresos a través de publicidad prepagada o promociones. El contenido de información gratuito se limita a presentar los encabezados y un corto texto introductorio y solo los usuarios premium tienen acceso al documento completo. (Laudon & Guercio, 2010: 82)

Los **corredores de transacciones** son los sitios que procesan transacciones para los consumidores que suelen manejarse en persona, por teléfono o correo convencional. Servicios financieros, servicios de viajes y servicios de colocación de empleos. (Laudon & Guercio, 2010: 83)

Antes del internet y la Web, el concepto de mercado era el espacio físico donde los compradores y vendedores se encontraban para mostrar productos, buscar productos y establecer el precio para los mismos. El **generador de mercado** construye el entorno digital donde los compradores y vendedores pueden encontrarse de la misma manera, intercambiar productos y realizar transacciones. Un ejemplo que ha sido exitoso desde el comienzo es eBay, ha separado el mercado del espacio físico, creando el entorno digital donde los compradores y vendedores son sus propios agentes, el espacio en donde eBay es el intermediario que por la forma de negocio no lleva inventario, ni costos de producción, en esta categoría también están Amazon y Mercado Libre. (Laudon & Guercio, 2010: 83)

Se denomina **proveedores de servicios** aquellas páginas web que permiten al usuario compartir información generada por sí mismo, como son aplicaciones, la compartición de fotos, videos o blogs. Google lidera la lista de generador de aplicaciones conocidas Google Maps, Google Docs, Gmail y el calendario. Seguido por los sitios que proporcionan información de viajes, como agencias y Tripadvisor, donde sus ingresos se generan con suscripciones

mensuales o cuotas, otros son gratis pero no se tiene acceso completo a las herramientas del servicio por lo que proporcionan la opción de ser cliente Premium y pagar cuotas mensuales o anuales. Existen también aplicaciones que ofrecen servicio de almacenamiento como Dropbox o iCloud. (Laudon & Guercio, 2010: 84)

Los **proveedores comunitarios o comunidad virtual** son sitios web que generan el entorno virtual en el que los usuarios son los miembros de una especie de comunidad donde son libres de compartir información, fotos, videos, encontrar personas con intereses similares, realizar transacciones, y comunicarse de forma fácil y rápida con amigos o conocidos. En este entorno no existen limitaciones geográficas ni temporales, por lo general son gratis y sus ingresos los generan a través de la publicidad que generan las empresas y mediante la cual pueden llegar a audiencias específicas y segmentadas. Ejemplos: Facebook y Twitter (Laudon & Guercio, 2010: 85)

1.1.3. Modelo Business to Business (B2B) y Consumer to Consumer (C2C)

El comercio electrónico de negocio a negocio (B2B) se define como los negocios en línea que venden a otros negocios. Depende en gran medida de la tecnología conocida como intercambio electrónico de datos (EDI). Hay varios modelos dentro de este tipo de comercio electrónico: (Laudon & Guercio, 2010: 86)

Los **distribuidores electrónicos** son las compañías que suministran la versión en línea de ventas al detalle y almacén de mayoreo a otros negocios, estos buscan tener tantos servicios y productos como sea posible en sus páginas web para ofrecer variedad a los clientes y poder proporcionarles la ayuda virtual necesaria y completa a los clientes potenciales. (Laudon & Guercio, 2010: 86)

Las **empresas de abastecimiento electrónico o e-Procurement** crean y venden acceso a mercados electrónicos digitales. En sí crea mercados 2.0. para vendedores y compradores en donde una sola empresa puede enumerar sus ofrecimientos o productos dentro de un software para manejar la creación de catálogos conocido como administrador de cadenas de valor. También proporcionan herramientas de administración de cadenas de suministro y

contratación (sourcing), lo cual reduce costos a las empresas compradoras. Estas herramientas son basadas en internet y son ofertadas a costo reducido. (Laudon & Guercio, 2010: 87)

Los **mercados de intercambio** son espacios donde se reúnen varios proveedores con un número menor de compradores comerciales. Buscan que el identificar proveedores, clientes, socios potenciales y realizar negocios sea a menor costo y a menor tiempo, lo cual al final tiende a reducir los costos de las transacciones. Para los proveedores o empresas es poco atractivo cambiarse a mercados digitales individuales en donde se enfrentan a la competencia de precios. Para el comprador es en donde puede recopilar información comprobar proveedores, recaudar información, comparar precios y mantenerse informados de las noticias y cambios recientes. (Laudon & Guercio, 2010: 88)

Los **consorcios industriales** dan servicio a industrias específicas que se encuentran dentro de los denominados mercados verticales en donde proveen productos o servicios de interés específico para su industria. Por ejemplo: la automotriz, maderera, química, entre otras. Las **redes industriales privadas** son redes digitales diseñadas para coordinar el flujo de comunicaciones entre las empresas involucradas en negocios. (Laudon & Guercio, 2010: 90)

Hay dos tipos de redes industriales privadas: Las redes de una sola empresa y las que son a nivel industrial. La primera es propiedad de una sola empresa compradora y la participación se da mediante invitación a proveedores confiables. Por ejemplo: Walmart tienen la red para sus proveedores, en donde pueden supervisar las ventas, el estado de los envíos y del inventario de bienes actualizado. Y la segunda es propiedad de un consorcio de las grandes empresas de la industria y proporciona estándares para la comunicación, plataformas compartidas y el medio de resolución de conflictos industriales. (Laudon & Guercio, 2010: 91)

El comercio electrónico de consumidor a consumidor (C2C) es donde se da la venta de igual a igual, representa el modelo de negocio que se da por medio de un generador de mercado en línea. Un ejemplo de este comercio electrónico es el

sitio de subastas eBay o Mercado libre, que ayudan a los consumidores a conectarse con otros consumidores para realizar negocios. El sitio web en el que el vendedor promocioe el producto es el mismo que genera y proporciona las herramientas para que el negocio sea efectivo, dando opciones al comprador para que encuentre lo que busca a través del buscador, catálogos y métodos que faciliten el acceso y la transacción exitosa. En este modelo está el comercio móvil, el cual extiende las aplicaciones de negocios utilizando tecnología inalámbrica. (Laudon & Guercio, 2010: 92)

1.2. Rutas de distribución

Se estudian las rutas de distribución del comercio electrónico, las de mayor utilización son las redes o medios sociales, páginas web, buscadores web, los cuales se utilizan como generadores de marketing y ventas. A través de estas rutas las empresas deciden o no estar dentro del social media con el objetivo de promocionarse, considerando también los beneficios que se pueden conseguir a través de este. Se estudian las formas de pago en línea por medio de las cuales el usuario o comprador puede adquirir mayor credibilidad para realizar un acto de compra y venta.

1.2.1. Redes y Medios Sociales

A partir del uso de las redes sociales como medio de comunicación, las personas han podido ampliar la interacción con otros: amigos, familiares, conocidos y miembros de grupos u organizaciones. Antes de las redes sociales la información se transmitía a pequeños grupos de personas y la velocidad de difusión del mensaje era lenta. Con las redes sociales es posible que cualquier tipo de información sea transmitida de manera instantánea, el efecto se vuelve viral en los usuarios, y los convierte en clave a la hora difundir información relacionada con el consumo de algún bien, alguna crítica o buena experiencia. Y es que los usuarios en la red social son quienes deciden con quien comparten sus publicaciones, gustos y experiencias. Ellos son quienes deciden que solicitud de amistad aceptar, a quienes invitar a su red social de amigos y a quién no compartir ningún tipo de información personal. (Schiffman & Lazar, 2010: 64)

Para el comercio electrónico las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, Myspace, Pinterest, Youtube, entre otras se han convertido en medios rápidos, económicos y de uso universal. El ambiente de las comunicaciones interpersonales ha evolucionado de tal manera que la expansión de la información supera límites de tiempo y espacio. En el aspecto empresarial las redes sociales ayudan a expandirse y a hacer marketing a audiencias específicas. La manera en que los mensajes se difunde en el internet hace que para las empresas sea atractivo usar estos espacios ya sea para algún emprendimiento o como para llevar su negocio al mercado digital. (Schiffman & Lazar, 2010: 64)

Tanto los empresarios como los clientes son atraídos por la conveniencia y la vigencia de la información que el internet permite. Los amigos o seguidores del usuario por lo general tienen intereses similares, razón por la cual en el momento en que el usuario se interesa o comparte el contenido de una página es posible que al menos uno o varios integrantes de su red de amigos tenga el mismo interés y decida también compartir dicha pagina. La ventaja competitiva que las empresas que usen redes sociales como medio de marketing ganan en el mercado, es que tienen aplicaciones optimizadas para smarthphones, y en realidad los sitios de e-commerce no suelen tener páginas optimizadas para teléfonos móviles. (Laudon & Guercio, 2010: 265)

A este tipo de negocio por redes sociales se lo denomina proveedor comunitario y es de rápida difusión por lo que se ha convertido en la actividad en línea de mayor crecimiento y sus principales ingresos son la comercialización y publicidad. Otra actividad usual dentro de las comunidades virtuales es el pedir consejo o guía sobre algún tema, por dar un ejemplo está el caso en que un padre solicita ayuda sobre cómo cambiar el pañal de su bebé, al hacerlo va a encontrar el vínculo o enlace relacionado con su inquietud y si hace clic en el enlace es enviado a la página de Huggies.com, si compra algo, la pagina por donde accedió a este link obtiene una comisión. (Laudon & Guercio, 2010: 266)

Las redes sociales son una forma de marketing viral para las empresas que consiste en motivar a los individuos a reenviar el mensaje, impulsando así el

crecimiento y expansión. Para cada negocio existe una red social que impulse de mejor manera sus ventas, la empresa debe buscar estar presente en estos sitios de manera que su marca se vuelva conocida, debe enfocarse en llegar a su audiencia y a nuevos clientes. La influencia que adquiriera en cada usuario llama la atención de los amigos en común que este tenga y es en ese punto en donde el crecimiento de los negocios dentro de la red toma fuerza. (Laudon & Guercio, 2010: 265)

Facebook la red social utilizada con mayor frecuencia, tiene 1 billón de usuarios a nivel mundial y se la caracteriza como un estándar dentro de la industria del marketing. Los plug-ins que esta red tiene como el “Me gusta” y las páginas de fans han medido su éxito al acercarse al consumidor de una manera novedosa y ponen a prueba la velocidad, el ingenio y la creatividad que permite. Twitter, el siguiente en la lista después de Facebook con 560 millones de usuarios, esta red social que en sus inicios era transmisor de noticias, eventos, sucesos al instante se ha convertido en el espacio en donde los usuarios privados o empresas comparten información en mensajes de máximo 140 caracteres, los denominados tweets. Con al menos 5700 tweets publicados por segundo. (Forbesmx, 2014: 2)

Instagram con 150 millones de usuarios y más de 5 millones de imágenes subidas a diario solía ser el complemento de otras redes, sus actualizaciones permiten comentar, compartir contenido, etiquetar temas con el denominado hashtag (#) y enviar mensajes directos. Esta red está en constante crecimiento y permite que a través de imágenes y videos el usuario tenga una breve perspectiva de productos o servicios ofertados por ciertos negocios. Algunas marcas reconocidas, tienen interacción constante en la red de las fotografías y la utilizan de forma regular para interactuar con mercados segmentados. (Forbesmx, 2014: 2)

1.2.2. Marketing y Ventas

Uno de los futuros aspectos clave de la publicidad es lo hecho a medida. (MCLUHAN, 2000)

Uno de los principios clásicos del marketing dicta que hay que ver en cada persona a un cliente y ver en cada cliente a una persona, bajo este principio es primordial que las empresas se enfoquen en conocer a sus clientes y segmentar grupos de clientes tomando en cuenta las necesidades, gustos y preferencias. El marketing online permite que las empresas distingan de mejor manera los clientes y que se comuniquen de forma individual con cada uno de ellos. Al social media marketing se lo puede denominar como una plataforma donde la persona o empresa puede ser tanto el emisor como el receptor al mismo tiempo. El envío y la recepción de información a través de blogs, wikis, podcasts, redes sociales, entre otros permiten a los usuarios convertirse en medios de comunicación. (San Agustín, 2009: 27)

Los usuarios adquieren el poder de publicar, clasificar, compartir y distribuir información y estos espacios hacen que la difusión sea viral. Además se los considera como influyentes debido a la libertad que el internet da de publicar o comentar en una página web o en un producto. Por ejemplo, existen páginas cuyo objetivo principal es calificar productos, el usuario escribirá su experiencia sea buena o mala respecto a un producto o servicio y esta será visible para cualquier persona, debido a esto la opinión de un usuario puede influir en si un nuevo comprador la adquiera o no. (San Agustín, 2009: 27)

El “social media” entonces es donde una marca puede acceder con el fin de promocionarse, aceptando todo lo que implica estar en este medio y considerando también los beneficios que se pueden conseguir a través de este, que son: (San Agustín, 2009: 27)

Branding: Una marca se construye a partir del conjunto de experiencias que vive el cliente con ella. Los social media, a través de la conversación de igual a igual con sus clientes, son un canal más para hacer realidad dichas experiencias, la creación de identidad de la marca mejora la reputación e influencia. (San Agustín, 2009: 27)

Customer Relationship Management (CRM): A través de los social media es posible gestionar el contacto con los clientes, proveedores y empleadores,

utiliza los social media como espacio de información, comunicación, captación y soporte. (San Agustín, 2009: 27)

Search Engine Optimization (SEO): El tomar parte activa de las conversaciones en los social media da como resultado la aparición de enlaces dirigidos a una página web, uno de los valores fundamentales para mejorar el posicionamiento. (San Agustín, 2009: 27)

El poder de las comunicaciones interpersonales entre los consumidores junto con el internet hacen que el marketing de un producto y sus ventas incremente, este crecimiento se debe a la capacidad de expansión e influencia que tiene un mensaje.

El uso de la banda ancha y la credibilidad de los usuarios en los productos y servicios de internet incrementa a medida que la rapidez de la conexión aumenta, porque el usuario crea confianza en sus transacciones o muestra mayor interés en efectuar sus compras. Los tres motivos principales del aumento de confianza son comodidad, mayor tranquilidad en el uso de la tarjeta de crédito y sensación firme de seguridad de la información transmitida en línea, la edad también es un factor que influye en el nivel de confianza y los hábitos de compra.

1.2.3. Formas de pago

En el momento en que comprador / vendedor generan comercio electrónico, existen una serie de pasos a seguir para que se concrete el proceso de compra / venta. De principio a fin el proceso es el siguiente: (Tutorialspoint, 2013: 3)

1. El posible comprador accede a una tienda electrónica, poniendo como ejemplo Amazon. Ingresa a www.amazon.com en donde obtendrá amplias categorías de productos o servicios a disposición. (Tutorialspoint, 2013: 3)

2. En el buscador encontrará el producto deseado, por defecto aparecerán en la pantalla productos similares al seleccionado. (Tutorialspoint, 2013: 3)

3. El comprador tiene acceso a todos los detalles de compra, envío, seguimiento, garantías, formas de pago. (Tutorialspoint, 2013: 3)

4. Para comprar productos la tienda en línea tiene el carrito de compras que es una aplicación que permite al usuario almacenar uno o varios productos mientras continúa seleccionando otros. El carrito de compras calcula el precio total de los productos más los costos adicionales que pueden ser de envío o impuestos. Además el comprador tiene la opción de indicar la cantidad de cada uno de los productos así como características del mismo, color, tamaño, marca, estado (nuevo/usado), entre otras que se determinaran de acuerdo al tipo de producto. (Tutorialspoint, 2013: 3)

5. Proceed to Checkout. Este paso es el de despacho de pedido en donde la entidad procede a realizar el cobro. Primero solicita información del comprador como datos personales, nombres, apellidos, fecha de nacimiento, sexo, email, teléfono, dirección de domicilio. Estas tiendas en línea requieren poseer una cuenta como usuario de la página con la que deberán registrarse con el email y contraseña, en caso de no tener una, le solicitará crearla. (Tutorialspoint, 2013: 3)

6. Luego de confirmar estos datos se produce al cobro, donde el usuario deberá seleccionar la forma de pago, las tiendas en línea ofrecen a sus compradores varias formas de pago que se pueden hacer de manera segura, eficaz y rápida mediante el uso de tarjetas de crédito, tarjetas de débito o sistemas de cobranza como paypal. (Tutorialspoint, 2013: 3)

El más común de los pagos en línea es con tarjeta de crédito, el usuario deberá proporcionar a la página el tipo de tarjeta que puede ser VISA, MASTERCARD, DINERS, MAESTRO, al confirmarlas se procede a ingresar el número de tarjeta, nombre del titular, fecha de caducidad, código de seguridad CVV que son los tres últimos dígitos de la parte posterior de la tarjeta. Al confirmar estos datos se verifica la validez de la tarjeta de crédito. Si la tarjeta es válida, se autoriza la transacción y el sistema envía un mensaje al usuario, en el cual le informa si la transferencia ha sido exitosa o no, indicará la fecha del despacho del

pedido, incluyendo los detalles de entrega, tiempo estimado y medio de distribución. El sistema notifica al responsable del producto (vendedor) o a la administración central de la tienda en línea, que una compra ha sido realizada y que se debe despachar el producto. (Tutorialspoint, 2013: 3)

Además de la tarjeta de crédito como método de pago, el otro sistema más común entre los compradores es PayPal. Este método es rápido y seguro debido a que el servicio permite a las personas enviar dinero sin compartir información financiera, con la flexibilidad de pagar con sus saldos de cuenta, cuentas bancarias, tarjetas de crédito o financiamiento promocional. Con 103 millones de cuentas activas en 190 mercados y 25 divisas a nivel mundial, PayPal permite el comercio electrónico mundial. PayPal se compone de tres servicios de pago en línea: el servicio global de pago de PayPal, la pasarela Payflow y Bill Me Later. Más información sobre la compañía se puede encontrar en PayPal.com. (Tutorialspoint, 2013: 3)

Una vez realizado el envío el comprador recibirá el número o código con el que podrá rastrear el producto, de manera que paso a paso pueden saber en donde se encuentra o en caso de perderse o de que no llegara el usuario podrá monitorear el estado y ubicación del pedido, el cual en tiempo real se actualiza mediante el internet. El usuario habrá recibido las debidas indicaciones y condiciones de envío de acuerdo al lugar de destino final al que el producto deba llegar. Los costos de envío suelen variar dependiendo del país destino. (Tutorialspoint, 2013: 3)

El proceso post venta de cada tienda en línea determinará la lealtad del usuario y se considera una estrategia comercial que garantiza al usuario seguridad y confianza en el momento de realizar sus transferencias. La comunicación directa con el cliente mediante el correo electrónico es una manera sencilla y rápida de marketing. Además de proporcionar la información sobre el producto adquirido, habilita al vendedor a crear una base de datos sobre los productos comprados o de interés del comprador, con esta herramienta es posible ofertarles otros productos que se ajusten a sus intereses o futuras compras. Al recopilar el máximo

de información del usuario pueden enfocarse tanto en los clientes ya existentes como en los posibles compradores. (Tutorialspoint, 2013: 3)

1.3. La utilización del comercio electrónico

Para identificar la utilización del comercio electrónico a nivel mundial como vía de intercambio comercial, se hace una descripción de las oportunidades y beneficios que pueden tener las empresas al utilizar esta herramienta. Se identifican las empresas o negocios que predominan en la venta a través de modelos B2B, B2C o C2C y las razones por las que en el periodo de estudio han logrado ser las que lideran el comercio electrónico. Se analizan también los productos o servicios que por este medio han tenido éxito en el mercado y la manera en que han logrado comercializar exitosamente en línea.

1.3.1. Oportunidades y Beneficios

El comercio electrónico abarca varios sectores y modelos de negocios y es considerado como herramienta facilitadora y asequible se intensifica de forma indefinida. A medida que las telecomunicaciones de banda ancha llegan a más hogares estos sacan provecho de este medio de tecnología web, sustituyendo a los medios tradicionales, software, educación, finanzas y comercio. (Laudon & Guercio, 2010: 93)

El internet además de ser facilitador del comercio electrónico, es una plataforma que abarca millones de usuarios que crean cuentas, comparten contenido, crean lazos sociales, escriben blogs, publican videos y actualizan información personal en cuestión de segundos, todo esto sin costo. En la mayoría de los sitios visitados a diario los usuarios no tienen la necesidad de pagar por la suscripción, solo deben aceptar las condiciones de uso propuestas por el sitio web. (Laudon & Guercio, 2010: 96)

El uso del internet para hacer negocios se define en transacciones comerciales habilitadas de manera digital entre organizaciones e individuos, lo que implica el intercambio de valores (dinero), los cuales permiten la actividad

comercial. Para quienes piensan en modelos de negocios tradicionales, la tendencia de negocios por medio del comercio electrónico puede significar la apertura de posibilidades en aspectos como los descritos a continuación: ubicuidad, alcance global, estándares universales, riqueza, interactividad, densidad de la información, personalización, adecuación y tecnología social. (Laudon & Guercio, 2010: 96)

Lo que en el comercio tradicional se denomina mercado, con el comercio electrónico deja de ser ese espacio físico al que el usuario debe acudir para realizar negocios o transacciones, a esto se le caracteriza como **ubicuidad**, debido a que está disponible en cualquier parte y en todo momento. Esta herramienta va más allá del espacio físico y pasa a denominarse espacio de mercado o *masketspace*, el cual está libre de limitaciones temporales y geográficas. El usuario tendrá acceso a éste desde su escritorio, hogar, trabajo y celular. (Laudon & Guercio, 2010: 97)

El **tamaño potencial del mercado** para quienes usan el comercio electrónico como herramienta de negocio es equivalente al tamaño de la población en línea mundial, el cuál para el 2007 era de más de 1.2 millones, el último registro de la tasa de uso de internet a nivel mundial del Worldstats indica que para el 2012 fue de más de 2.4 millones. (WORLDSTATS, 2012) En el negocio de comercio electrónico el alcance de mercado se lo define como a la capacidad de sobrepasar los límites nacionales para llegar a la audiencia global. (Laudon & Guercio, 2010: 98)

El internet y el comercio electrónico permiten que las naciones compartan ciertos **estándares técnicos universales**, que a través del uso evidencian que el acceso a páginas web y la búsqueda de productos o de servicios en el internet se facilitan. Para los comerciantes se acortan los costos de entrada en el mercado al momento en que ponen en oferta los productos en línea. Para los consumidores significa ahorrar en los costos de búsqueda, se encuentran en un mercado mundial en el cual encuentran con facilidad proveedores, precios y términos de entrega a cualquier lugar y en cualquier momento. El consumidor puede comparar sus

opciones sin necesidad de trasladarse de un lugar a otro, aumentando el nivel de ahorro. (Laudon & Guercio, 2010: 98)

El contenido y la complejidad que posea el mensaje definirá el interés o gusto del usuario por el mismo, esto puede ser en productos o servicios. La forma en que se promocióne el mismo por medio del internet equivale a la atención que el cliente puede recibir al momento de comprar algún producto en una tienda por parte del vendedor. La **riqueza** de información que se puede proporcionar mediante el internet es más amplia que la que se puede dar en un negocio tradicional. La **interactividad** que el comercio electrónico ofrece entre el comerciante en línea con el consumidor sale de lo tradicional, la comunicación de dos vías se facilita de manera masiva. (Laudon & Guercio, 2010: 99)

La **densidad de la información** obtenida mediante el internet beneficia al comerciante y al usuario. Se reducen los costos de acopio, espacio en almacenamiento y procesamiento de información y la comunicación es inmediata. Aspectos como la transparencia de precios y la transparencia de costos hacen que el usuario pueda encontrar variedad de precios además del costo real del comerciante para vender el producto determinado. (Laudon & Guercio, 2010: 99) Para el comerciante, el internet se convierte en una herramienta inteligente que tiene información detallada, precisa, prevaleciente y vigente de cada consumidor lo cual le permite segmentar el mercado de acuerdo a los intereses y posibilidades de los consumidores. Los comerciantes pueden mejorar sus habilidades y diferenciar sus productos de la competencia. (Schiffman & Lazar, 2010: 82)

A medida que la densidad de información crece, la capacidad de diferenciar a los usuarios o consumidores aumenta, éste almacenaje permite que los comerciantes direccionen sus mensajes de marketing a grupos específicos, tomando en cuenta lo que cada individuo haya comprado en anteriores ocasiones. El comercio electrónico permite almacenar y utilizar la información sobre el comportamiento de cada consumidor. (Schiffman & Lazar, 2010: 82) **La personalización y adecuación** permiten adecuar el producto, servicio o mensaje con base en las preferencias y comportamientos anteriores del usuario. (Laudon & Guercio, 2010: 102)

El internet y el comercio electrónico son **aplicaciones sociales** en donde la generación de contenido por parte de los usuarios es voluntaria, los usuarios son quienes tienen en sus manos el poder de crear y difundir el contenido, compartiéndolo en forma de texto, videos, música o fotografías. El internet por ser el modelo de comunicación masiva que interconecta al usuario con otro o con otros usuarios, en cualquier lugar y en cualquier momento, permite la creación de redes sociales y el fortalecimiento de las redes existentes, el consumidor decide que información quiere recibir o no programando sus intereses. (Laudon & Guercio, 2010: 102)

1.3.2. Empresas predominantes de comercio electrónico

La evolución experimentada por el comercio electrónico se evidencia en las compras en línea, en España el gasto medio de los compradores en línea es de 226 euros. En China el consumo de la clase media aumentó, en total se gastaron cerca de 265 mil millones de dólares en línea para el año 2012, cantidad que supera a las de otras naciones, lo cual indica la cantidad de clientes potenciales, son más de 240 millones de compradores en línea, con 1.000 dólares promedio de gasto cada uno. En Estados Unidos el consumidor en línea gasta en promedio es 1300 dólares per cápita. (Perurtail, 2012: 4)

El volumen del comercio electrónico en América Latina procede de países como Brasil, Argentina y México, donde las transacciones comerciales superan los 12.000 millones de dólares en tres meses. Este mercado tiene oportunidades comerciales y da apertura a que las compañías se especialicen en un sector determinado, en México en el año 2011 el comercio electrónico representó 54,500 millones de pesos, que es el 10% del total de las ventas que reporta Amazon al año. (Forbes, 2013: 3)

Amazon representa al mayor exponente del comercio electrónico a nivel mundial, tiene ventas de alrededor de 50,000 millones de dólares. eBay tiene más de 100 millones de usuarios activos y 25 millones de vendedores a escala mundial. eBay y Amazon son empresas norteamericanas y son las que lideran el sector en

Europa. Walmart, también norteamericana es la competencia de Amazon y factura 4,900 millones de dólares al año. Mercado Libre en Latinoamérica es el medio que interconecta a los usuarios inscritos a la plataforma de compras, ventas, pagos y subastas por Internet. En Japón, Rakuten acabó el año 2012 con ventas cercanas a 5,000 millones de dólares y Sun Art, uno de los mayores hipermercados de China alcanzó ventas cercanas a los 4,500 millones de dólares en el año 2012. (Forbes, 2013: 3)

Para el año 2012, el ranking de venta por E-commerce es el siguiente: Estados Unidos, Japón, Reino Unido, China, Alemania, España. En el mundo el 61% de los consumidores tiene entre 18 y 30 años de edad, de los cuales alrededor del 90% maneja sistemas y plataformas electrónicas de pago, el 51% asegura gastar menos en una compra en línea que lo que gastaría en un mercado tradicional. (Perurtail, 2012: 3) Los diferentes métodos y formas de pago en línea facilitan el uso del internet para las personas, a nivel mundial las tarjetas de crédito se usan en 40%, de débito 35%, eWallet o Paypal se utilizan al 35%. (Ecommerce, 2012: 2)

Las políticas son motivo para la reducción de los costos del comercio, puede que los aranceles y los obstáculos no arancelarios disminuyan, o puede que la disminución se de por motivos tecnológicos vinculados con el transporte y la comunicación. Con respecto al transporte aéreo, los precios de los vuelos de larga distancia se redujeron, la tecnología de la comunicación ha avanzado y permite crear servicios de logística eficientes, lo cual reduce el tiempo y la incertidumbre en la entrega de las mercaderías. Las condiciones y aperturas de mercado que permite el libre comercio ayudan a que las personas puedan satisfacer sus intereses de mejor manera y potencializar el mercado de bienes y servicios tanto en oferta como en demanda. (Wto, 2012: 27)

1.3.3. Productos o servicios

Las tiendas en línea tienen que enfocarse en demostrar las ventajas de sus productos o servicios, en las tiendas tradicionales el vendedor se encarga de captar la atención y de generar interés en el cliente por medio de la argumentación

y explicación de características, usos o beneficios. En línea, la falta del vendedor físico debe compensarse en lo visual, de tal manera que el comprador sea llamado la atención por el producto o servicio por medio de una imagen, una corta descripción del mismo y el precio. En un apartado específico se pueden ver más detalles del producto por lo que no impedirá que quien desee más información acceda a esta.

De la misma manera en que el número de compradores se mantiene en aumento a nivel mundial, así también sucede con los productos que se ofrecen en línea. En los primeros años del comercio electrónico entre los años 1995 y 2000 lo único que se ofertaba en línea eran libros, software y hardware para computadoras, poco a poco la oferta de productos se fue innovando y el consumidor fue adquiriendo confianza en las transacciones electrónicas. El obtener la confianza del cliente es indispensable para las compañías de bienes y servicios y también para los minoristas en línea. Esta tendencia de aumento en la oferta de productos y servicios se genera por la participación activa del consumidor. (Schiffman & Lazar, 2010:123)

Entre otros productos y servicios relevantes que se ofertan en línea están los viajes, productos de salud y belleza, ropa, accesorios, productos para el hogar, flores, tarjetas, regalos, productos deportivos, artículos de lujo, joyería, computadoras, aparatos electrónicos, suministros de oficina, libros, CDs, DVDs, alimentos, medicinas, ferretería, juguetes y pasatiempos. (Laudon & Guercio, 2010: 551) En el mercado real y en el digital hay dos formas principales para distinguir los productos de los competidores, la primera es sobre la base del precio. El comprador potencial busca como resultado final pagar menos por un producto de las mismas características de otro, estos pueden ser idénticos pero el factor precio será el que dirija la decisión final.

La segunda forma de distinguir los productos es proporcionándoles algún tipo de valor agregado por el cual el comprador esté dispuesto a pagar un poco más, para adquirir un producto por el cual reciba algún beneficio adicional. El valor agregado puede ser: soporte al cliente, las políticas de cambio o devolución de bienes, formas y tiempos de entrega o envío. (Inc, 2010: 2) Los servicios

proporcionados por el vendedor se consideran como el valor agregado de algún bien.’

En la tabla 1 a continuación se detallan los resultados de una encuesta hecha por eMarketer a 1500 personas de diferentes países sobre la importancia que los consumidores le dan a ciertos servicios en el momento de realizar una compra en línea. (Emarketer, 2013: 1)

TABLA 1
IMPORTANCIA DE SERVICIOS AL REALIZAR UNA COMPRA EN LÍNEA

SERVICIOS	IMPORTANTE	NEUTRAL	NO IMPORTANTE
Conocer los detalles de envío de lo comprado	83%	12%	5%
Conocer el inventario de productos de la tienda en línea	72%	17%	11%
Poder localizar la tienda en un mapa	64%	21%	15%
Comprar en línea y retirar sus compras en la tienda	53%	23%	24%
Ver recomendaciones basadas en compras hechas por otros usuarios	54%	23%	23%
Reservar en línea y pagar el producto en la tienda	49%	23%	28%

Fuente: eMarketer
Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

Análisis

El comercio electrónico es una forma de negocio digital, similar a la de un negocio tradicional solo que los actores se encuentran en línea, es reductor de obstáculos para las comunicaciones y el principal generador de emprendimientos para las empresas. Dentro de las tecnologías de la información es el instrumento que más fuerza ha desarrollado y cubre diferentes modelos de negocios como el Business to Consumer (B2C), Business to Business (B2B) y Consumer to Consumer (C2C), los cuales son utilizados dependiendo de quién le vende a quién, puede ser una persona natural o bien un negocio, también puede que un consumidor venda a otro consumidor.

Para los negocios las redes sociales son una forma de llegar al usuario a través de publicaciones, imágenes o videos que impulsan el marketing y pueden llegar a aumentar las ventas para los negocios. Este marketing en línea es atractivo para los empresarios por la conveniencia y la vigencia de la información que el internet permite. El marketing online y el social media marketing permiten que las empresas segmenten a sus clientes y que fortalezcan los lazos donde, tanto la empresa como el consumidor son emisor y receptor al mismo tiempo, de esta manera es que la difusión de información se intensifica, adquiriendo así posicionamiento en el mercado. Un negocio en línea concluye con la transacción por parte del comprador, acto para el cual existen diferentes formas de pago y plataformas diseñadas para ese fin.

El uso del comercio electrónico implica ubicuidad de los negocios, el usuario puede tener acceso las 24 horas y desde cualquier lugar, el potencial de mercado es la población mundial, al tener estándares universales y por la riqueza de información dentro del internet, es posible comparar productos y servicios, saber cual es el costo real de un producto y para el empresario ver cual es su competencia y que ofrecen, es por esta razón que las empresas generan marketing agresivo, buscando la diferenciación entre negocios, generando páginas web que impacten al cliente de tal manera que la transmisión de boca a boca se vuelva viral, éste fenómeno se debe a la capacidad de expansión que el internet permite, la cual sobrepasa límites geográficos y temporales. Se analizaron las empresas predominantes de comercio electrónico y la que mayor flujo de ventas tiene es Amazon, también los diferentes productos o servicios con mayor cantidad de ventas y los aspectos que los usuarios consideran para realizar negocios en línea.

CAPITULO II

LAS PYMES DE LA AGROINDUSTRIA ECUATORIANA

2.1. El comercio electrónico y las redes sociales en el Ecuador

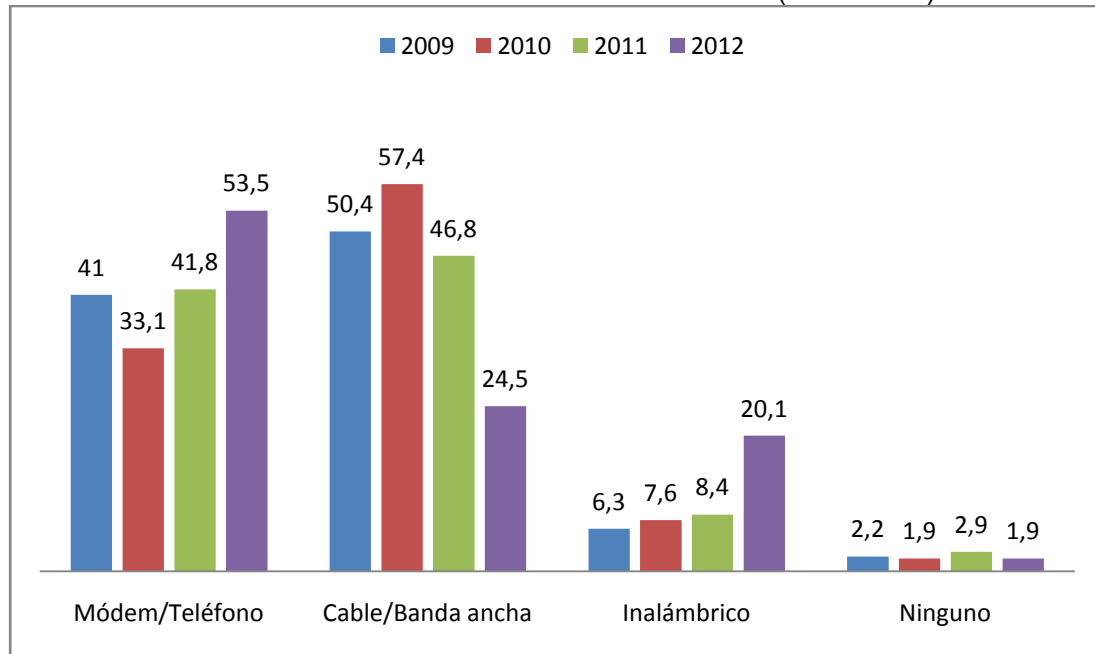
Para determinar la capacidad que tienen las pequeñas y medianas empresas para ingresar al mercado internacional se estudia la participación e importancia que tiene el comercio electrónico en el Ecuador, para lo cual es necesario saber el comportamiento del uso del internet y del acceso a las tecnologías de la información a nivel nacional. Se determinan las razones por las que el usuario ecuatoriano hace uso del internet, a través de que dispositivos. Se estudian los problemas y limitaciones frente a los que las empresas o usuarios pueden llegar a encontrarse respecto al comercio electrónico.

2.1.1. El uso del internet en el Ecuador

Según el estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) con el tema: Uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), año 2012 en el Ecuador el 53,5% de la población usó internet a través de módem o teléfono, muestra un crecimiento de 12.5% en relación al año 2009 donde el porcentaje era 41%. (Comercio, 2013: 2)

Los datos del INEC del gráfico 2, muestran que para el año 2009 el porcentaje de población usaba internet con banda ancha o cable más que en el 2012, la diferencia de uso consta de 50.4% en el año 2009 a 24.5% en el año 2012. El internet inalámbrico evidencia el mayor impacto, pasa de que 6.3% lo utilizaba de esta manera en el año 2009 a 20.1% en el año 2012. El estudio tomó en cuenta también a las personas que no habían usado internet en el país que fueron el 2.2% en el año 2009 y pasó a 1.9% en el año 2012, por lo que se ve que la cantidad de personas que tienen acceso a internet va en aumento. (Comercio, 2013: 2)

GRÁFICO 2
USO DE INTERNET EN LOS HOGARES DEL ECUADOR (2009-2012)



Fuente: INEC
 Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

Se evidencia de esta manera que el uso del internet en el país ha incrementado, siendo cada vez mayor el número de personas que tienen acceso a internet y usan el internet. El Gobierno, por medio del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información busca expandir y aumentar el manejo de las TICs por lo que para incentivar el uso del internet han planteado el Plan Nacional de Banda Ancha con el que disminuirá el precio del Kbps, se busca incrementar las MYPIMES conectadas a la banda ancha así como mayor cobertura a sectores rurales para que para el año 2017, mínimo el 75% de la población en el Ecuador pueda acceder a la banda ancha. (Intel, 2013: 2)

Las imágenes 1 y 2 a continuación son ejemplos de como el Ecuador ha puesto en marcha el programa de Acceso Universal a las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), dentro del cual se implementaron infocentros comunitarios, donde las personas de una comunidad pueden acceder a las TIC, motivando la participación, desarrollo y el protagonismo de los sectores populares. El proyecto "Internet para tod@s" en aulas móviles, que ha acercado la tecnología a los ciudadanos en todo el país, implementado desde noviembre del año 2011,

estas aulas son medios de transporte que han sido equipados con la más alta tecnología que ha servido para promover el uso de las TIC y ofrecer capacitaciones sobre su uso. (Mintel, 2013: 2)

IMÁGEN 1
INFOCENTROS DEL ECUADOR



Fuente: MINTEL
Elaborado por: MINTEL

IMÁGEN 2
PROGRAMAS DE ACCESO A LAS TIC'S



Fuente: MINTEL
Elaborado por: MINTEL

El uso del internet ha dejado de limitarse a una conexión alámbrica por medio de una línea telefónica fija, además de los módems para conexión por wireless (wi-fi) la influencia de los teléfonos inteligentes (smartphones) en la sociedad ecuatoriana ha sido de gran impacto, siendo así que el Ecuador cuenta con 16.9 millones de líneas activas de telefonía móvil para el año 2012. Este número es 1.5 millones más que la población que alcanza los 15.4 millones de

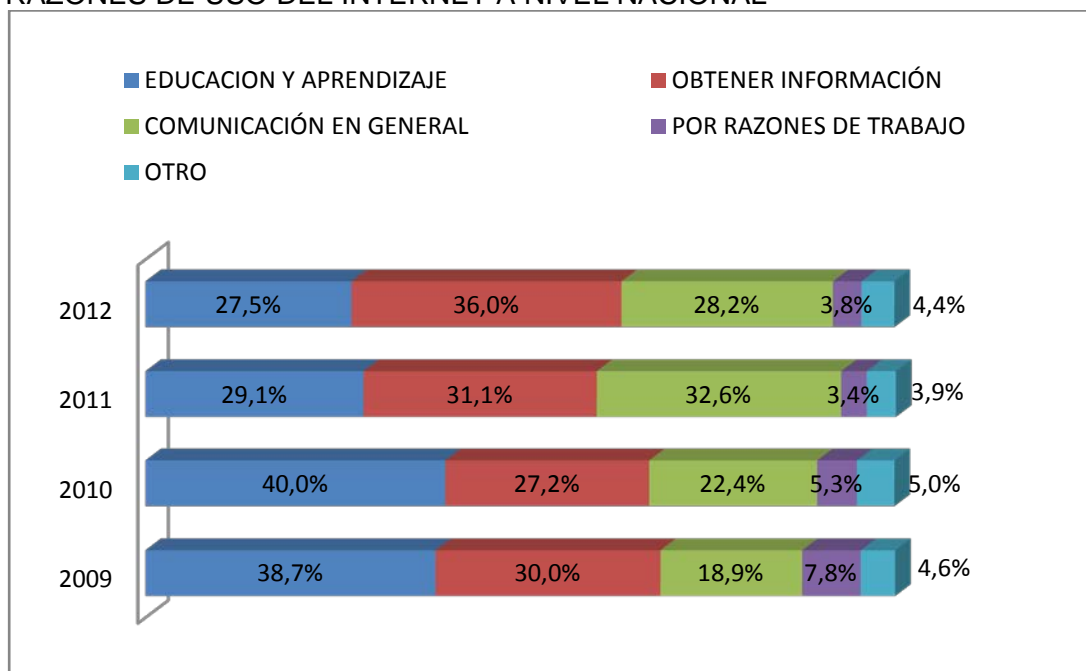
habitantes. (UNIVERSO, 2013) De todos estos usuarios, el 60% tienen celulares con paquete de datos para el año 2012. El grupo de edad que más utiliza el internet se encuentran entre los 16 y 24 años y representan el 64.9% de personas. (Comercio, 2013: 1) La optimización del uso de servicios en línea como pagos de servicios básicos como luz, agua, teléfono llaman la atención del grupo de mayor edad dedicados al sector laboral. (Inec, 2012: 1)

2.1.2. Razones de uso del internet

El uso de internet como herramienta principal de las tecnologías de la información en el Ecuador, entre los años 2009 y 2012, muestra cambios que definen el comportamiento de los usuarios como se ve en el gráfico 3, del año 2009 al 2012 el uso del 38.7% de la población se debía a motivos educativos y de aprendizaje, el mismo que disminuyó a 27.5% en el último año. Según el INEC el porcentaje de personas que usan internet para obtener información aumentó del 30% en el año 2009 al 36% en el año 2012, resultado del mayor acceso a internet que se ha adquirido en esos cuatro años. (Inec, 2012: 11)

La comunicación en general tiende a cambiar los métodos convencionales de comunicación en cierto porcentaje, hacia la utilización de teléfonos celulares inteligentes (smarthphones), correo electrónico o llamadas en línea, que son medios de comunicación inmediata y de bajo costo. Dentro de este grupo se encuentran las denominadas redes sociales que tienen facilidades de uso y herramientas para la transmisión de mensajes o información, éstas páginas en su mayoría cuentan con acceso en formato HTML., y también han desarrollado aplicaciones de descarga gratis para los smarthphones que facilitan aún más su uso en todo lugar y en cualquier momento. En el año 2009, la utilización del internet por razones de trabajo fue del 7.8%, en los siguientes tres años disminuyó de 4%, dando como resultado el 3.8% de uso en el año 2012. (Inec, 2012: 13)

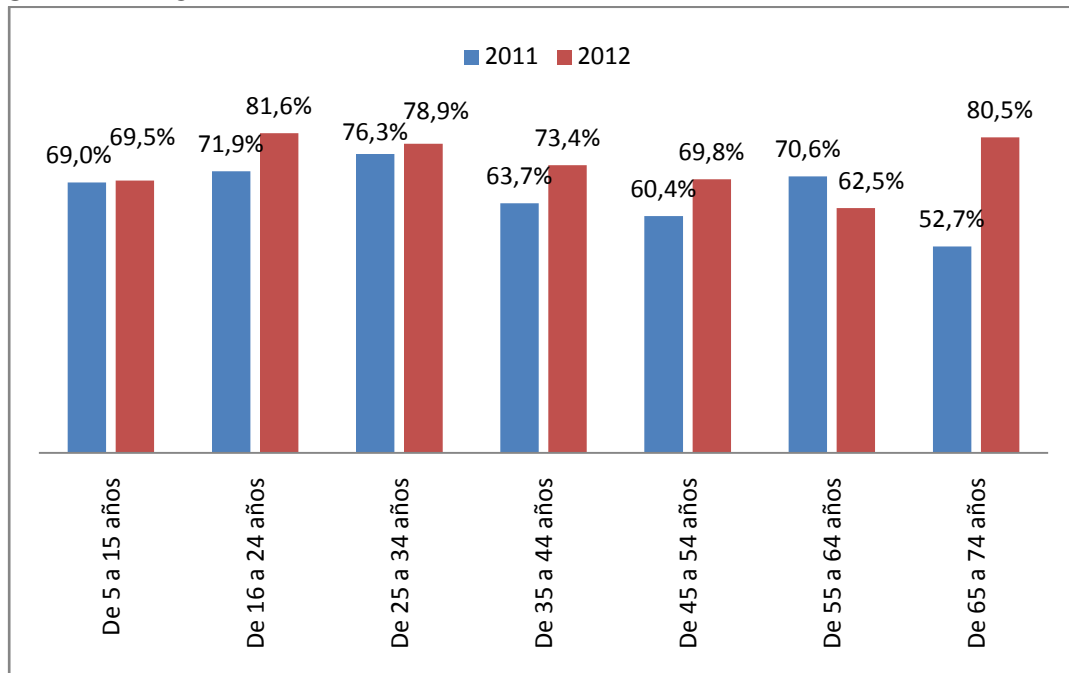
GRÁFICO 3
RAZONES DE USO DEL INTERNET A NIVEL NACIONAL



Fuente: INEC
Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

En el estudio sobre el perfil de usuarios de redes sociales realizado por el INEC, que se toma en consideración para este objeto de investigación, se tiene como resultado que el porcentaje de personas que más utiliza redes sociales en smartphones se encuentra entre los 16 y 24 años y crece de 71.9% a 81.6% en el lapso de 1 año siendo el último el año 2012, seguido por el grupo de entre los 65 a 74 años de edad que paso de 52.7% en el año 2011 a 80.5% en el año 2012 lo que implica que tuvo un crecimiento de 27.8% de personas que en esa edad usan redes sociales, ver el gráfico 4. (Inec, 2012: 15) El perfil de las personas que en su mayoría acceden a redes sociales es del sector urbano del país, de estado civil soltero, con nivel de instrucción superior universitaria y con estado de dependencia laboral de preferencia en el sector privado. (Canal, 2012:1)

GRÁFICO 4
PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN DE REDES SOCIALES EN UN SMARTPHONE



Fuente: INEC
 Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

2.1.3. Problemas y limitaciones

En el período de estudios del año 2008 al 2012 en un listado de 155 países, el Ecuador se encuentra en el puesto 82 con respecto al índice de desarrollo de Tecnologías de la Información. Del año 2010 al año 2011 el índice bajó de 3.68 a 3.4, en dos años ha bajado de posición tres puestos respecto al mundo. Como una limitación está el ancho de la banda del internet que en horas pico se congestiona y da como resultado una reducción en la velocidad de la información. De los indicadores que se ocuparon para realizar el cuadro de estadísticas, la tasa que mayor crecimiento tuvo es la de penetración móvil celular. (Uit, 2012 : 3)

Las ventas de productos y servicios en línea vienen de un período de crecimiento reciente y carecen de experiencia. Entre los factores que inciden a limitar el uso del comercio electrónico en los usuarios se encuentra la tecnología costosa, para el uso de internet se requiere al menos una computadora de \$400 como mínimo y una tarifa de banda ancha de entre \$10 a \$100. Del año 2010 al

año 2011 el uso de las computadoras en los hogares aumentó en promedio en 7.5% en equipos de escritorio y laptops. (Laudon & Guercio, 2010: 263)

Otra limitación es la capacitación, los usuarios deben tener las habilidades necesarias que requiere administrar y navegar en sitios web para su uso efectivo, las herramientas digitales son más complejas que usar el teléfono o leer el periódico, suena simple para una persona que ha crecido a la par con la utilización de estos medios, pero para grupos de personas específicos o en sí personas quienes se desenvuelven en el mundo de negocios tradicional, el cambio a las nuevas tecnologías de la información toma tiempo y preparación. (Laudon & Guercio, 2010: 263)

En límites sobre contenido en el Ecuador la libertad de expresión se ve manipulada por el Gobierno de Rafael Correa que ha obstaculizado y censurado los medios de comunicación y ha puesto a los usuarios en una situación en la que prefieren reservarse ciertos comentarios por las repercusiones que podrían darse en su contra, se da la filtración y manipulación de contenido. Entre las barreras para tener acceso se evalúan las infraestructurales y económicas que la región presente, no todos tienen acceso a teléfonos celulares o a computadoras, por ende no tienen acceso a internet, además al momento de dar máxima cobertura a sectores rurales del país ciertas empresas telefónicas o de banda ancha no lo hacen y dejan así a cierto porcentaje de la población sin acceso a las TICs. (Universo, 2013: 2)

La desconfianza en la seguridad de las transacciones y las formas de pago electrónicas se debe a que los potenciales compradores sienten que pueden ser víctimas de una estafa y parte de esto se debe a la falta de credibilidad en las empresas que venden en línea, el mayor miedo por esto es a perder su dinero y a no recibir lo comprado. El entregar información personal comprende parte del proceso de compraventa en línea, esto se convierte en riesgoso debido a la confidencialidad que la página mantenga de sus usuarios, para una persona es delicado tener que proporcionar datos como: dirección de domicilio, correo, teléfono, número de tarjeta de crédito, número de cuenta bancaria u otra información necesaria para la compra en línea. (Usfq, 2013: 1)

Son barreras que afectan al comercio electrónico y se deben en parte al aspecto cultural de los consumidores que de manera persistente los atrae a los mercados físicos y a las experiencias tradicionales de ir de compras, éstas incluyen el poder probar los productos antes de comprarlos, oportunidad que en el comercio electrónico se ve limitada a imágenes o si se tiene suerte a videos. En este aspecto existen ciertas páginas que contienen catálogos con imágenes en 360 grados y con una variedad de tallas completa. Pero aún existen las páginas donde lo máximo que se tiene del producto es una ficha de información y el comprador no puede tener mayor visión de lo que está por adquirir, se pueden calificar como productos intangibles. (Universo, 2013: 2)

La comunicación entre vendedor y comprador es otro factor que puede hacer que una de las dos partes esté insatisfecha luego de haber hecho la compra, es posible que no se reciba lo comprado o que para el vendedor no se efective el pago. Puede que al recibir el producto el comprador no reciba lo que compró o que las especificaciones descritas en línea del producto no coincidan con lo recibido, en este sentido cualquier tipo de reclamo es complicado. Sucede que ciertos sitios no dan la opción a hacerlo, ó puede ser que los términos y condiciones que se deben aceptar para realizar la compra excluyan la oportunidad de reclamos o devoluciones y el usuario en general no lee estas especificaciones. (Usfq, 2013: 2)

2.2. Sector Agroindustrial

El sector de la agroindustria ecuatoriana esta compuesto principalmente por pequeñas y medianas empresas, dentro de este grupo se analizan los sectores en los que la producción nacional tiene mayor relevancia y se hace un descripción de lo que comprende el proceso agroindustrial para productos de consumo final. Se estudia los principales productos agrícolas de exportación y la potencialidad de su producción, se analizan los valores de exportaciones para el periodo de estudio y sus principales socios comerciales, que son los países que más importan los productos ecuatorianos.

2.2.1. Pymes de la agroindustria ecuatoriana

La presencia de las Pequeñas y Medianas Empresas en el Ecuador y en la mayoría de países en vías de desarrollo son la base del sistema productivo y contribuyen al desarrollo económico y social. De acuerdo al censo nacional económico realizado en el 2010 en el Ecuador existen alrededor de 20.000 PYMES, consideradas pequeñas aquellas empresas que tengan entre 10 a 49 empleados y el total de ventas o ingresos brutos al año, se encuentren dentro de los cien mil y un millón de dólares. Son consideradas medianas aquellas empresas que tengan entre 50 a 199 empleados y total en ventas o ingresos brutos al año dentro de uno y cinco millones de dólares. Las PYMES representan el 4% del total de las empresas dedicadas a la pequeña industria, conformada también por microempresas que tienen entre 1 a 9 empleados y que representan el 92.9% de las empresas del Ecuador. (Capig, 2012: 3)

Según el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad el 70% de las exportaciones del Ecuador está concentrado en 6 sectores productivos: Banano y plátano, pesca, camarón, flores, metalmecánica, automotriz, cacao y sus elaborados. El 83% de las exportaciones no petroleras se concentra en Estados Unidos, Colombia, Rusia, Venezuela, Italia, España, Alemania, Holanda, Bélgica y Chile, de las cuales el 23% de las exportaciones dependen solo del mercado estadounidense. (Creecuator, 2011: 3)

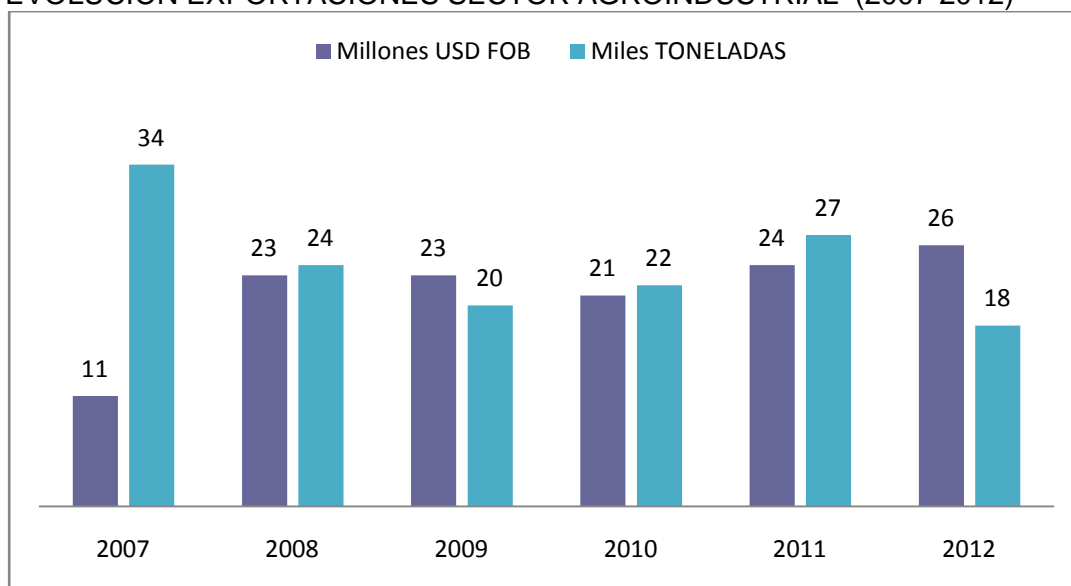
Según el censo realizado en el 2010 por el INEC a las pequeñas y medianas empresas, éstas se dedican a actividades como: el comercio mayorista y minorista, reparación de autos, industrias de la manufactura, construcción, suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado, agricultura, ganadería, sevicultura y pesca, explotación de minas y canteras, actividades financieras, seguros, transporte, almacenamiento, enseñanza, planes de seguridad social, actividades de alojamiento y servicio de comidas, entre otros. (Inec, 2010: 2)

La agroindustria agrupa dos sectores, la agricultura y la industria. Dentro de esta toman lugar la tierra, el capital, el trabajo, el procesamiento, la comercialización y la distribución del producto hasta llegar a consumidor. Se puede

definir a la agroindustria como el conjunto de eslabones que forma una cadena, la cual comienza con la producción agrícola (siembra, tratamiento, cultivo y cosecha). El segundo eslabón es la transformación del producto (valor agregado). Procesamiento y comercialización (embalaje, empaquetado, transporte, almacenamiento, controles de calidad y normas) siendo el último eslabón el consumidor. La agroindustria implica la producción, transformación y comercialización de las materias primas agropecuarias hasta llegar al consumidor.

La producción agroindustrial resulta en la obtención de productos con poco, algún, alto y muy alto valor agregado. Son productos con poco valor agregado, la materia prima sin proceso alguno de industrialización. Por ejemplo: trigo, maíz, soja. Los productos con algún valor agregado son materias primas que han tenido algún tipo de procesamiento. Por ejemplo: frutas, verduras. Los productos con alto valor agregado son los bienes transformados en productos semi-procesados. Por ejemplo: aceite vegetal, carnes, harinas. Y los productos con muy alto valor agregado son los productos primarios o semi-procesados que han sido transformados para el consumo. Por ejemplo: vino, mermelada.

GRÁFICO 5
EVOLUCIÓN EXPORTACIONES SECTOR AGROINDUSTRIAL (2007-2012)



Fuente: INEC
Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

El gráfico 5 indica el movimiento de las exportaciones del sector agroindustrial y su evolución en el período de 5 años a partir del año 2007, en el que se exportaban 34 mil toneladas a diferencia del año 2012 para el cual descendió casi en 50% en cantidad exportada siendo para ese año 18 mil toneladas exportadas. En relación a la cantidad FOB en millones de dólares, se exportó 11 millones USD en el año 2007 y 26 millones USD en el año 2012, esto muestra como este indicador disminuyó. Si se relacionan los dos indicadores tomados en cuenta se ve que para el año 2012 se exporta menos cantidad en miles de toneladas, pero éstas se venden a mayor precio en millones de dólares FOB que en los 5 años previos. (Proecuador, 2012: 5)

2.2.2. Principales productos

El cambio que se ve en el comportamiento de las exportaciones de la agroindustria del gráfico 5, puede deberse a que en el Ecuador se incentiva la producción de productos agrícolas, que por su alto o muy alto valor agregado son en consecuencia de mayor precio. Por ejemplo, la quinua producida en el Ecuador posee propiedades organolépticas, de 7 a 8 veces mayor que las que otros países latinoamericanos producen, razón por la que es el tercer país a nivel latinoamericano en exportarla al mundo. Tiene también una participación que sobrepasa el 54% en el mercado que exporta palmito a nivel mundial. (Proecuador, 2012: 5)

Dentro del sector agroindustrial el Ecuador oferta una gran variedad de frutas no tradicionales, las cuales se dan en una producción durante los 365 del año debido a su posición geográfica, las características productivas de las tierras y al favorable clima del país. Los cultivos en el Ecuador se pueden clasificar en dos, los transitorios que son el arroz, maíz, papa y soya, y los cultivos permanentes que son el banano, café, cacao, palma africana, caña de azúcar, entre otros productos y que representan el 63% del volumen de producción en el país. (Proecuador, 2012: 7)

En la tabla 2 se ve el resultado de las exportaciones de ciertos productos de la agroindustria en el año 2012, lo que más se exportó en ese año eran los

frutos comestibles, seguido por plantas vivas y productos de la floricultura, el cacao y sus preparaciones. La posición que esos tienen en el mundo de exportadores de esos productos es 12, 6 y 23, además su participación de exportaciones en el mundo es de 2.4%, 3.7% y 1%. En la tabla 2 se puede ver que la tasa de crecimiento anual entre el año 2008 y el año 2012 es destacable para la leche, los productos lácteos, huevos de ave y miel natural así como para las semillas, frutos oleaginosos, café, té, yerba mate, especias y el algodón. (Trademap, 2013: 1)

TABLA 2
EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE LA AGROINDUSTRIA (2008-2012)

Descripción del producto	Exportado valor 2012 (miles de USD)	Indicadores comerciales		
		Tasa de crecimiento anual en valor entre 2008-2012 (%, p.a.)	Participación en el mundo exportaciones (%)	Posición en el mundo exportaciones
Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	2185593	6	2,4	12
Plantas vivas y productos de la floricultura	776230	9	3,7	6
Cacao y sus preparaciones	453252	14	1	23
Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras	389011	15	0,4	35
Prep.de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de plantas.	212647	2	0,4	33
Preparaciones alimenticias diversas	192286	16	0,3	43
Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	116647	9	0,2	45
Café, té, yerba mate y especias	81596	35	0,2	51
Azúcares y artículos de confitería	55844	-3	0,1	75
Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	37266	14	0	85
Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	36435	98	0	66
Algodón	35684	49	0,1	74
Cereales	14520	13	0	74
Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos.	9303	52	0	96
Prep. a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; pastelería	5611	-19	0	107
Gomas, resinas y demás jugos y extractos vegetales	256	44	0	106

Fuente: TRADEMAP

Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

El Ecuador es uno de los principales exportadores de banano así como de las flores y del cacao, que son reconocidos por su calidad, es así que para el periodo de enero a septiembre del año 2012 la participación del banano y el plátano en el total de exportaciones no petroleras fue de 21.40%. Dentro de los principales productos de la agroindustria en los que el Ecuador además lidera en exportaciones y producción se encuentran los detallados en la tabla 3. (Proecuador, 2012: 4)

TABLA 3
PRODUCTOS PRINCIPALES QUE SE PRODUCEN EN EL ECUADOR

PRODUCTOS
Mango
Piña
Papaya
Maracuyá
Granadilla
Pitahaya
Uvilla
Limón
Guayaba
Aguacate
Brócoli
Alcachofa
Cereales
Granos secos
Aceites
Azúcar
Panela
Palmito
Quinua
Vegetales frescos

Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

2.2.3. Principales destinos de las exportaciones del sector agroindustrial

De acuerdo a la tabla 4, se ve que Estados Unidos es el principal destino de las exportaciones no petroleras del Ecuador, tiene una participación de 22.5% del total de países destino del país, seguido por Colombia con una participación de 10.61%, Venezuela 8.49%, Rusia 7.04%, Italia 5.07%, España 4.68% y Alemania con 3.89%.

TABLA 4
PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIONES NO PETROLERAS DEL
ECUADOR (2012)

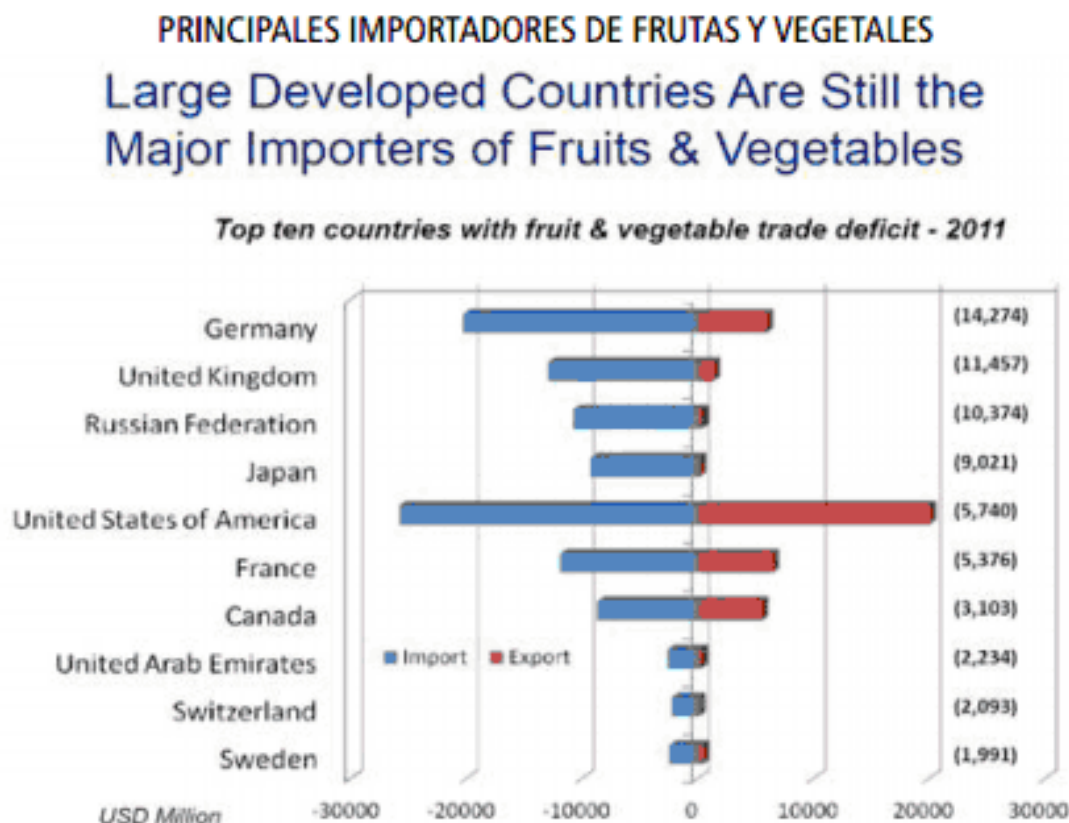
PAIS	MONTO	PARTICIPACIÓN %
Estados Unidos	\$ 1.654.606	22,54
Colombia	\$ 778.382	10,61
Venezuela	\$ 623.341	8,49
Rusia	\$ 516.567	7,04
Italia	\$ 372.364	5,07
España	\$ 343.146	4,68
Alemania	\$ 285.641	3,89
Holanda	\$ 260.835	3,55
Chile	\$ 240.360	3,27
Perú	\$ 228.873	3,12
Francia	\$ 182.470	2,49
Bélgica	\$ 164.393	2,24
China	\$ 142.046	1,94
Reino Unido	\$ 127.281	1,73
Japón	\$ 123.364	1,68
Brasil	\$ 104.998	1,43
Vietnam	\$ 93.425	1,27
Argentina	\$ 80.534	1,10
México	\$ 72.762	0,99
Turquía	\$ 69.230	0,94
Demás países	\$ 874.917	11,92
TOTAL	\$ 7.339.535	100 %

Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

En la imagen 3 se hace referencia a los principales importadores de frutas y vegetales, estos son Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Japón, Canadá, Emiratos Árabes Unidos, Suiza y Suecia. Estos países conforman el top ten del listado correspondiente al 2011, datos que para el Ecuador representan una oportunidad de mercado, al ser productores de una amplia variedad de estos productos pueden posicionarse en los mercados que más consumen de estos bienes, que son los países más desarrollados. Esta potencialidad debe ir de la mano con las condiciones de producción (orgánica y fair trade), calidad, innovación, valor agregado y presentación. (Proecuador, 2012: 14)

IMÁGEN 3
PRINCIPALES IMPORTADORES DE FRUTAS Y VEGETALES



Fuente: PROECUADOR
Elaborado por: PROECUADOR

2.3. Oportunidades de las PYMES de la agroindustria en el mercado internacional

En este subtema se analiza la potencialidad del mercado internacionalidad, es un mercado que puede determinar la cantidad de la demanda y de la oferta de productos o servicios. Despues de estudiar el sector de las pymes de la agrondustria ecuatoriana, sus principales productos y socios comerciales, se deben tener en cuenta las condiciones que establecen los mercado y las tendencias de consumo a las que se enfrentan, de esta manera se pueden direccionar las oportunidades que se pueden tener para comercializar en el mundo. En este subtema se aplica el modelo teórico del neoliberalismo y su rama la ventaja comparativa en la cual los países deben complementarse y para ello es necesaria la especialización.

2.3.1. El potencial del mercado

Para poder diferenciarse de los demás países, cada economía busca acaparar mercados y dar importancia a la información sobre las necesidades cambiantes del consumidor, la competencia, posibles productos sustitutos y usar la ventaja competitiva frente a otros para poder atraer la inversión extranjera, desarrollar capacidades e ingresar a otros mercados. (Sirzee, 2010: 2)

El Ecuador tiene 28 oficinas comerciales en el mundo, las cuales son responsables de promover la oferta exportable ecuatoriana de bienes y servicios en el exterior. Sus funciones son: buscar la apertura de mercados para productos ecuatorianos, la investigación de las características de la demanda así como del consumo en otros países, la identificación de oportunidades comerciales, posibles compradores, requisitos de ingreso a los mercados y de coordinar la participación en eventos de promoción comercial como ferias, misiones comerciales o ruedas de negocios. (Proecuador, 2012: 9)

Es necesario para un país el estar consciente del potencial que el mercado tiene, para determinar el aumento o la disminución de la demanda de bienes o de servicios, las variables que determinan este indicador se deben al comportamiento del consumidor respecto a la oferta del mercado, las cuales son difíciles de medir debido a los factores externos que pueden influenciar en el consumidor como: gustos, preferencias, situación económica, la competencia y el tiempo. Se debe tomar en cuenta también que muchos de los bienes que se consumen en un país provienen del extranjero, así también los bienes que se producen en pueden destinarse a las exportaciones, a ésta interdependencia se refiere el principio de la ventaja comparativa, donde la población de un país puede beneficiarse de la producción de bienes de otros países. (Mankiw, 2007: 56)

El principio de la ventaja comparativa establece que cada bien debe ser producido por el país que tiene el menor coste de oportunidad en la producción de un bien, el comercio internacional implica características más complejas, se debe tomar en cuenta que cada país está integrado por personas que tienen cada una de ellas intereses diferentes, por esto al crear interdependencia entre países los

individuos pueden disfrutar de mayor cantidad y variedad de bienes y servicios y por ende el país puede satisfacer en mayor proporción los intereses de sus habitantes. (Mankiw, 2007: 41)

El potencial de mercado se puede determinar al conocer los productos en los que un país tiene ventaja comparativa frente a otro, los países pueden especializarse y de esta manera crear una oferta atractiva para otros mercados, pero esto no determina la cantidad de demanda que se obtenga, existen otros criterios que son delimitantes tanto de la oferta y de la demanda. (Mankiw, 2007: 42)

Considerando que el único factor que influya en la demanda sea el precio, se puede decir que esta aumenta conforme el precio disminuye y que es menor cuando el precio sube. Pero no todo lo demás se mantiene constante, son varios los factores que influyen en las decisiones de compra de los consumidores, la renta que una persona percibe determina si esta persona compra menos o más de algo, en relación a su poder adquisitivo. Los gustos son el determinante que más incide en la curva de la demanda, las expectativas respecto al futuro influyen en la demanda actual, este aspecto es personal de cada individuo respecto a lo que esperan o desean que suceda, por ejemplo, el esperar al cambio de temporada para comprar ropa. (Mankiw, 2007: 57)

En relación a la oferta, el precio también la determina, pero en este caso la cantidad ofertada tiene una relación positiva con el precio, esto significa que si el precio aumenta la cantidad ofertada también, y si el precio disminuye la cantidad ofertada disminuye de la misma manera. Los factores que afectan a este indicador pueden ser los precios de los factores requeridos para la producción de un bien, la cantidad de tecnología que se utilice o de la que haga falta, las expectativas de ventas a futuro de un bien, los impuestos que imponga el gobierno que pueden afectar a la rentabilidad de producir un producto y la competencia que se tenga en el sector. (Mankiw, 2007: 57)

2.3.2. Tendencias de consumo

En el Boletín de Análisis de Mercados Internacionales emitido en diciembre 2012 - enero del 2013 por el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración, se pueden visualizar las tendencias y proyecciones de los mercados en los países como por ejemplo: la tendencia de los Estados Unidos es a consumir productos saludables, fáciles y rápidos de ingerir, los cuales no necesiten de preparación previa para el consumo. Los datos del censo efectuado por US Trade en Octubre del 2012 indican que la importación y compra de frutas aumenta a \$10,167 millones de dólares en comparación al año 2011, en el que el valor fue de \$9,645 millones de dólares. Este incremento sirve como impulso para que el agricultor ecuatoriano y sus industrias busquen establecer estrategias competitivas que incluyan valor agregado y diversificación de productos agrícolas. (Proecuador, 2012: 16)

En lo que respecta a países de Europa, como Alemania, Francia y el Reino Unido la tendencia del mercado es hacia productos como frutas deshidratadas, bananas en rodajas como snack, coco seco o rallado, uvilla, brócoli, coliflor, zanahoria y choclo. La demanda de estos productos evidencia la inclinación de los consumidores hacia productos saludables y de fácil consumo, como los vegetales y frutas con valor diferenciado. En este mercado se da prioridad a productos con certificados de comercio justo y de producción orgánica. (Proecuador, 2012: 16)

Proecuador proporciona ciertas encuestas, entre ellas se realizaron determinadas a jóvenes de entre 15 y 29 años en las que se pedía indicar de mayor a menor los factores de incidencia para lograr vivir feliz, los resultados se dieron en el siguiente orden: salud, apoyo familiar, trabajo bien remunerado, seguridad financiera, amigos, entre otros. Dicha encuesta dio como resultado que alrededor del 90% de los encuestados redireccionan su interés por la salud y por ende al consumo de productos ecológicos y dietéticos, tendencia que se da por el interés de verse bien y del cuidado de la imagen personal. Se considera que esta orientación podría resultar en la disminución global del consumo de productos dañinos para la salud, como son el alcohol, el tabaco y otras sustancias

estupefacientes. Los productores como las industrias, deben tener claras las necesidades de los consumidores como alerta para readireccionar sus estrategias de oferta de productos y poder captar diferentes nichos de mercado. (Proecuador, 2012: 24)

La calidad marca las preferencias de los consumidores, y para algunos el precio pasa a segundo plano en el momento de hacer compras, y provoca que haya la inclinación a adquirir productos de marca o de mejor calidad, sin importar la situación económica. En Italia por ejemplo, el chocolate es considerado como alimento de lujo y en este mercado el producto es caro. Además la marcada tendencia de mantener una dieta saludable ha afectado a muchos productos confeccionados y empaquetados, el chocolate no ha sido objeto de ello, es más la producción orgánica y ética del mismo, gana espacio en el mercado. Existe la inclinación hacia el consumo de chocolate relleno, ya sea con frutos secos, frutas, café o licor. Argentina debido a las condiciones climáticas no es país productor de café pero es consumidor fuerte del mismo y sus importaciones de café en grano y café molido han aumentado para el año 2012 tanto en cantidad como en precio. (Proecuador, 2012: 8)

En Estados Unidos se incrementa el consumo de productos de cada vez mejor calidad, variedad y de preferencia orgánicos o producidos bajo el concepto de comercio justo. Un caso especial es el del mango ecuatoriano, que por su producción en el país ha adquirido mayor posicionamiento en relación a otros frutos. Viene a ser el tercer país exportador de mango, después de México y Perú, este producto se da en el país en algunas variedades lo cual es atractivo para el consumidor y a diferencia del banano, que ha perdido participación en el mercado estadounidense debido a su precio no competitivo, el mango si representa una posición competitiva no solo por el precio sino porque es capaz de producir en etapas del año en las que otros países no pueden abastecer a ese mercado. (Proecuador, 2012: 9)

Otra tendencia del mercado es a comprar productos, transformarlos, darles algún valor agregado y reexportarlos, esto se ve por ejemplo en Corea del Sur, que compra café en grano del Ecuador, elabora diferentes tipos de café y los

reexporta, el impacto de este tipo de negocio se ve en las estadísticas que muestran que fuera de ser un país que carece de recursos naturales, tiene entre sus principales productos exportados el café, cigarrillos y alcohol, cuyas exportaciones crecieron en más del 15% anual entre el año 2000 y el 2012. (Proecuador, 2012: 9)

Quienes consumen productos orgánicos, exigen que estos vengan con sus certificados de producción orgánica correspondientes, desde la producción de la materia prima hasta el producto final. Los productos orgánicos más demandados son frutas y verduras, lácteos y otras bebidas como: jugos de naranja, manzana, granada y uva. También están las comidas preparadas, pan y granos como la quínoa. (Proecuador, 2012: 16)

2.3.3. Oportunidades para el Ecuador

En lo que respecta al Ecuador, la potencialidad de sus productos en el mercado internacional es aprovechada para negociar acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales con diferentes países. El Ecuador además de ser parte de la Organización Mundial de Comercio desde 1996, pertenece a los siguientes bloques económicos: la Comunidad Andina (CAN), la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), al Sistema Global de Preferencias Comerciales entre los países en desarrollo (SGPC), entre otros. (Proecuador, 2012: 3) En lo que respecta a la Unión Europea existe el Sistema de Preferencias Generalizadas (SPG) el cual es un instrumento comunitario de comercio que ofrece aranceles más bajos o acceso en franquicia de derechos al mercado de la Unión a las importaciones procedentes de 178 países y territorios en desarrollo, entre los cuales se encuentra Ecuador.

En el subtema anterior se habló sobre las tendencias de consumo en el mundo, de las cuales el sector agroindustrial del Ecuador puede sacar provecho en diferentes aspectos. Se habló de la tendencia de ciertos países a comprar productos como el café ecuatoriano, darles algún valor agregado y reexportarlos, en este sentido el productor ecuatoriano puede integrar varias cadenas productivas que vayan más allá de convertir al producto primario sino de darles

algún valor agregado, además se puede invertir en el fortalecimiento de otras industrias como empaques o servicios. El producto se vende por como se ve y en esto se puede ganar terreno y ofertar no solo calidad sino productos sofisticados en apariencia.

Ubicarse en eventos internacionales y locales, ferias en donde se pueda apreciar los productos y difundirlo de tal forma que aumente la demanda e incite al importador a querer tener esos productos en sus inventarios, a esto se le denomina diversificación de su portafolio de productos. La oportunidad de mercado se ve en ir respondiendo a las tendencias de consumo, en este aspecto se ve una fuerte inclinación y preferencia por lo orgánico y lo ético.

La demanda del cacao ecuatoriano tiende a sus derivados por lo que las empresas pueden buscar invertir en la producción de chocolate de alta calidad y de esa manera aumentar su participación internacional. Invertir también en publicidad refinada, en el estilo de las etiquetas y en el empaquetado, así como en la información del contenido de los productos. Empresas pequeñas se enfocan en la producción de productos de alta calidad y al posicionamiento con precios más altos que las marcas internacionales, cosa que es aceptada en determinados sectores del mercado como el italiano o el suizo. (Proecuador, 2014: 3)

Las frutas y vegetales orgánicos, producidos bajo las normas internacionales de comercio justo son requeridos en Europa, Estados Unidos y en países desarrollados. De momento la demanda por el mango, está en crecimiento en países como Estados Unidos, Canadá, Colombia, España, México, Alemania, Nueva Zelanda, Holanda, Rusia, Chile. Y el Ecuador tiene una producción de alta calidad de esta fruta. (Proecuador, 2014: 6)

Con respecto a los vegetales el brócoli es un vegetal demandado en los mercados internacionales, que por sus propiedades y su valor nutricional, capta el interés del mercado europeo y japonés. Tiene vitamina C, ácido fólico y vitamina A, y antioxidantes. En el Ecuador el brócoli tiene un tono verde intenso, debido a la cantidad de brillo solar que perciben sus cultivos. La forma en que se consume es en ensaladas, sopas, tortas, entre otras. Entre los principales destinos de

exportación del brócoli fresco refrigerado están Estados Unidos, Japón y Alemania. (Proecuador, 2014: 5)

Análisis

Se evidencia que el uso del internet en el país ha incrementado, la cantidad de personas que utilizan internet o smartphones aumenta y el gobierno ecuatoriano impulsa programas de participación e inclusión de sectores para el uso del internet o de las tecnologías de la información. El Ecuador se enfrenta a algunos problemas y limitaciones como son: la posición en la que se encuentra en relación a otros países que desarrollan tecnologías de la información, la velocidad de navegación consecuencia del ancho de la banda, la falta de experiencia para usar las tecnologías, la asequibilidad en relación a los costos que implica el especializarse o adecuar sitios con computadoras y con red, las habilidades para manejar programas o sistemas, la libertad de expresión que permita el gobierno, la desconfianza del usuario al proporcionar información personal o realizar transacciones, el rechazo que se pueda tener al cambio, a salir de las formas de negocios tradicionales y entrar los mercados digitales.

El sector de la agroindustria se puede clasificar en productos con poco, algún, alto y muy alto valor agregado. De estos productos la evolución de las exportaciones muestra que cada vez se exportan los de muy alto valor agregado. El potencial que el mercado tiene para las industrias y los negocios se ve en la manera en que la demanda y la oferta son determinadas por el comportamiento de los consumidores. Se revisaron boletines y guías comerciales del Ecuador y se establecieron las principales tendencias de consumo de algunos países representativos de las exportaciones ecuatorianas del sector de la agroindustria y respecto a estas se determinaron las oportunidades que el país puede aprovechar, la principal es el enfoque en la elaboración de productos orgánicos, que cumplan con las normas internacionales del comercio justo y que sean orientados al consumo de productos nutritivos y saludables.

CAPITULO III

CATEGORIZACIÓN DE LA AGROINDUSTRIA

3.1. Agroindustria de valor agregado bajo

Este subtema describe la uvilla que es un producto de bajo valor agregado, describe su situación comercial, sus principales socios comerciales y el uso de comercio electrónico. Para la descripción del producto, se toma cuenta el periodo del año 2007 al año 2012, la información sobre las exportaciones del mismo, principales países destino de exportaciones, empresas ecuatorianas predominantes de las exportaciones del sector, precios FOB, cantidad en Kilogramos Netos y canales de distribución por vía electrónica que se utilizan para la comercialización.

3.1.1. Situación comercial de la uvilla

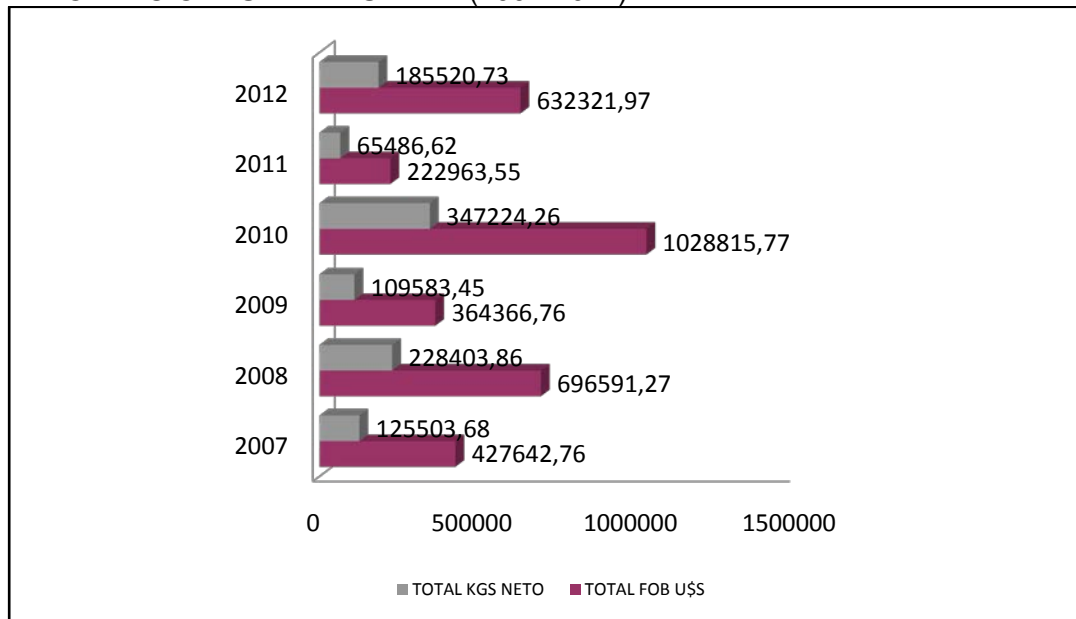
La uvilla está de la subpartida arancelaria 08109050, código que para la búsqueda de datos de este trabajo nos proporcionará toda la información necesaria respecto a esta fruta, conocida como uchuva, es un producto de comercialización reciente, parte de un amplio mercado del cual se pueden tomar ventajas, al cultivo de esta fruta no se le daba mayor importancia y era desplazada por otras siembras, esto sucedió hasta que se vio que en otros mercados como los europeos o norteamericanos se le consideraba fruto exótico que no muchos podían tener.

En el Ecuador así como en otros países sudamericanos, existen plantaciones comerciales de este fruto con fines de exportación, la uvilla es una planta silvestre resistente al ataque de plagas y enfermedades por lo que su producción se puede aprovechar en alto porcentaje, es una fruta redonda, dulce y pequeña, con una cubierta protectora, conocida como capacho o capuchón y puede ser consumida sola, en almíbar, mermelada, postres y con otras frutas.

La uvilla es considerada fruta exótica y por eso alcanza altos precios, además que sus características nutricionales lo hacen aún más atractivo para su

mercadeo y comercialización. Contiene vitamina A, vitamina C y es abundante en propiedades medicinales y nutricionales: es una fruta purificadora de sangre y de los riñones, es recomendada en el tratamiento de resfriados y de congestiones nasales o de la tráquea, constituida por nutrientes que ayudan a bajar de peso, y para personas que evitan el consumo de gluten, es favorable en el tratamiento de enfermedades de la próstata, es diurética y calmante. Por todos estos beneficios y por ser un producto exótico tanto la fruta como sus derivados son demandados por países europeos así como norteamericanos.

GRÁFICO 6
EXPORTACIONES DE LA UVILLA (2007-2012)

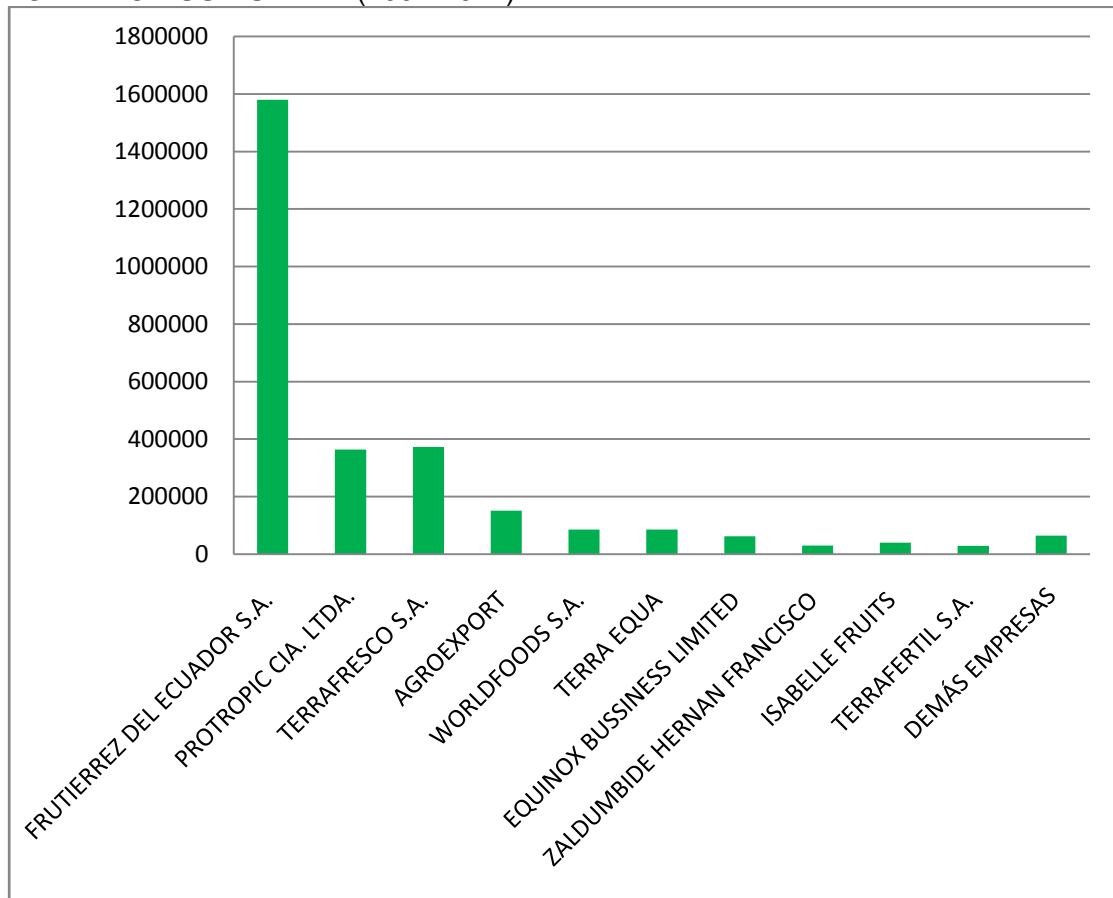


Fuente: COBUS GROUP
Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

De acuerdo con los datos del gráfico 6 la uvilla se exportó en mayor cantidad en el año 2010, a partir de este año descendió por subida en la oferta de otros países como Colombia y Perú pero se recuperó para el año 2012 en el cuál exportó \$632.321,9 dólares de uvilla. El mismo aumento y disminución sucedió con la cantidad exportada en kilogramos netos, dentro del período de seis años se ve el comportamiento de las exportaciones de este producto, las cuales no han sido estables y tiene marcadas fluctuaciones tanto en precio como en cantidad. (Cobusgroup, 2014: 1)

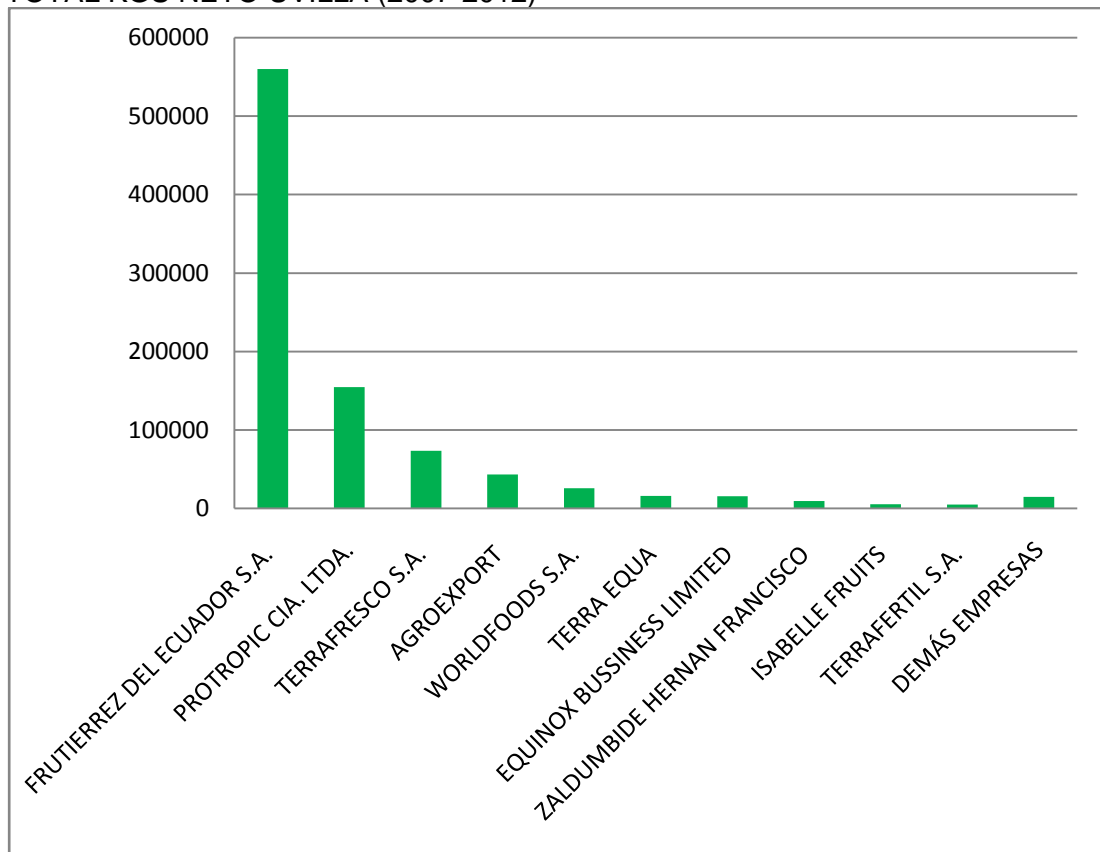
En los Gráficos 7 y 8 se detallan las empresas que tienen mayor participación en el mercado de la exportación de la uvilla ecuatoriana en el período del año 2007 al año 2012. En precio FOB la empresa que lideró las exportaciones es Frutierrez S.A., seguida por Protropic Cia. Ltda., Terrafresco S.A., Agroexport y Worldfoods S.A., que son las cinco primeras que se tomaran en cuenta para el posterior análisis respecto al uso del internet como herramienta comercial. Son las mismas cinco empresas las que lideran la cantidad en Kilogramos netos exportados en el mismo período en mención. (Cobusgroup, 2014: 1)

GRÁFICO 7
TOTAL FOB USD UVILLA (2007-2012)



Fuente: COBUS GROUP
Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

GRÁFICO 8
TOTAL KGS NETO UVILLA (2007-2012)

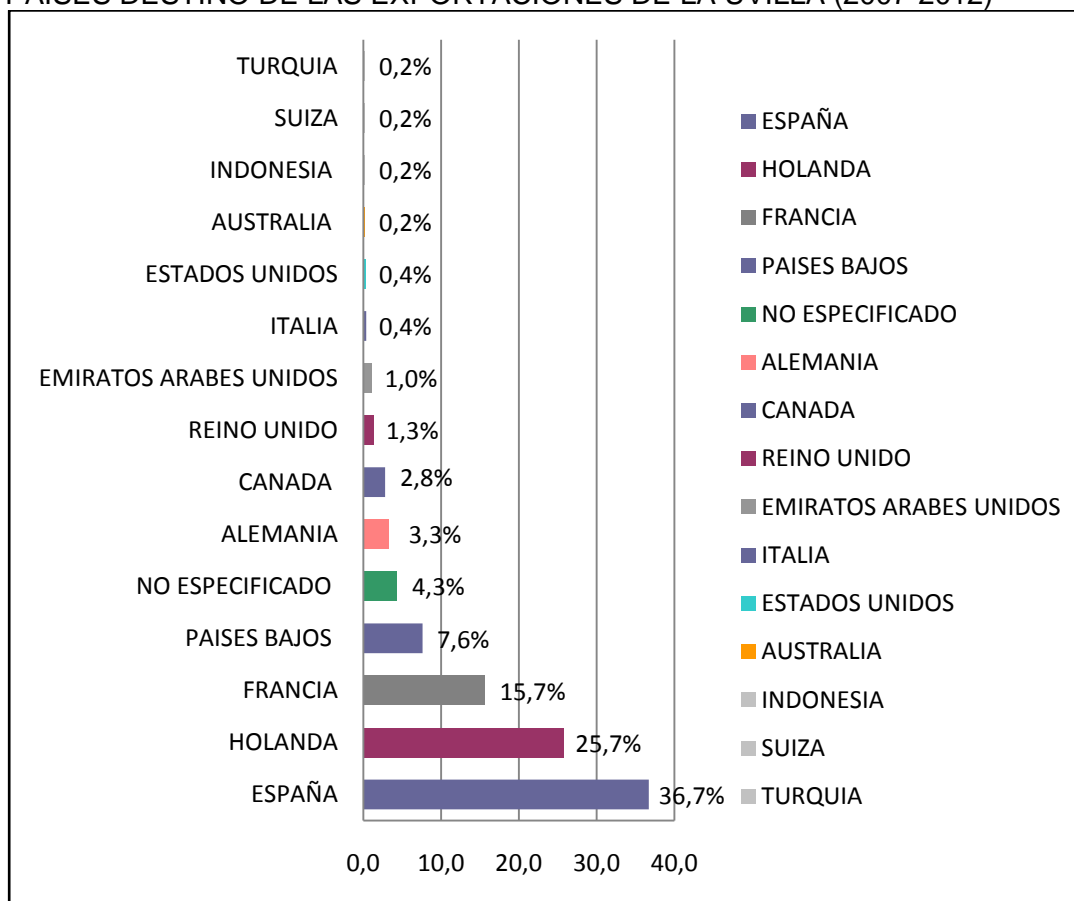


Fuente: COBUS GROUP
 Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

3.1.2. Principales socios comerciales de la uvilla

Entre los principales países importadores de la uvilla están los que se muestran en el gráfico 9, de los cuales España es el que mayor nivel que los demás alcanza. Esta demanda del mercado español se da debido a la creciente demanda de la fruta, conocida por sus características de alto valor nutricional y medicinal. Además que es un país en el que más del 10% de su población es extranjera siendo el 7.3% ecuatorianos. Además la tendencia en el mercado local hacia lo orgánico ha impulsado el consumo de frutas ricas en vitaminas y minerales como lo es la uvilla. (Cobusgroup, 2014: 1)

GRÁFICO 9
PAÍSES DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE LA UVILLA (2007-2012)



Fuente: COBUS GROUP
Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

Al analizar la información correspondiente a los años 2007 hasta el 2012 se tiene a España como el principal importador de uvilla con 36.7% en relación a los demás países, entre los 5 siguientes países que son principal destino de las exportaciones ecuatorianas de la uvilla están: Holanda con 25.7%, Francia con 15.7%, Países Bajos con 7.6% y Alemania con 3.3%. Se puede decir que España está compuesta por un mercado nostálgico ecuatoriano y como consecuencia se da el incremento en la demanda internacional de frutas exóticas por parte de Europa, pero son pocas las frutas que se consideran viables en el mercado internacional y una de ellas es la uvilla. (Cobusgroup, 2014: 1)

3.1.3. Canales de distribución por vía electrónica de la uvilla

Para la descripción de este subtema se toman en cuenta las empresas que tienen mayor participación en la exportación de productos de la partida arancelaria 08109050. Entre ellas se encontró lo siguiente:

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.

IMÁGEN 4
LOGO DE LA EMPRESA FRUTIERREZ S.A.



Fuente: FRUTIERREZ S.A.
Elaborado por: FRUTIERREZ S.A.

Esta empresa que inició en el año 1992 como una empresa familiar, es líder en el desarrollo de productos perecibles exóticos, tradicionales y no tradicionales. La forma en ha ido creciendo es al haberse asociado con productores de otros países de manera que es capaz de cubrir la demanda de uvillas en el mundo durante los 12 meses del año. (Frutierrez, 2014: 1)

Cuenta con una página web detallada y lo que es remarcable es la forma de presentación de sus productos que para el importador facilita la parte logística, indican cualidades tanto de peso neto y bruto, formas de despacho vía marítima y aéreas, cantidad de cajas por pallet y pallets por contenedor. También la disponibilidad de cubrir la demanda de un producto, ya sea desde Ecuador o desde algún país parte del Grupo Frutierrez. En el aspecto de redes sociales, ésta empresa no fue encontrada en ninguna, se manejan a través de su página web para llegar al consumidor. (Frutierrez, 2014: 1)

IMÁGEN 5 UVILLAS A GRANEL

• Uchuva a granel x 1.5 kg	
1.5 kg netos de Uchuva a granel	
Peso Neto:	1.5 kg
Peso Bruto:	2.0 kg
Despachos vía marítima / cantidades:	
Cajas x pallet:	270
Pallet x contenedor 40 ft:	20
Cajas x contenedor 40 ft:	5400
Disponibilidad semanal:	5600 cajas
Toda la disponibilidad desde Colombia en marítimo. De 100 a 200 cajas semanales desde Ecuador en aéreo.	



Fuente: FRUTIERREZ S.A.
Elaborado por: FRUTIERREZ S.A.

IMÁGEN 6 UVILLAS POR 12 CANASTOS

• Uchuva x 12 canastos	
12 canastos x 100 g c/u	
Peso Neto:	1.2 kg
Peso Bruto:	1.65 kg
Despachos vía marítima / cantidades:	
Cajas x pallet:	294
Pallet x contenedor 40 ft:	20
Cajas x contenedor 40 ft:	5880
Disponibilidad semanal:	6080 cajas
Toda la disponibilidad desde Colombia en marítimo. De 100 a 200 cajas semanales desde Ecuador en aéreo.	



Fuente: FRUTIERREZ S.A.
Elaborado por: FRUTIERREZ S.A.

IMÁGEN 7 UVILLAS POR 8 CANASTOS

• Uchuva x 8 canastos	
8 canastos redondos x 100 g c/u	
Peso Neto:	0.8 kg
Peso Bruto:	1.1 kg
Despachos vía marítima / cantidades:	
Cajas x pallet:	270
Pallet x contenedor 40 ft:	20
Cajas x contenedor 40 ft:	5400
Disponibilidad semanal:	5400 cajas
Desde Colombia.	



Fuente: FRUTIERREZ S.A.
Elaborado por: FRUTIERREZ S.A.

PROTROPIC CIA. LTDA.

Esta es la segunda exportadora de uvilla del Ecuador, pero no se la encuentra en la web, ni en las redes sociales.

TERRAFRESCO S.A.

Es una empresa que se dedica a la exportación de la uvilla desde hace 10 años. Cuenta con dos calidades, la premium que es la destinada a la exportación en fresco y las "segundas" que son utilizadas para fruta seca. Esta forma de trabajo garantiza un uso completo de la materia prima que siembra la empresa. Terrafresco llega a 15 países entre los que se cuentan: Alemania, Inglaterra, EE.UU. y Canadá. Que son como se vio en el gráfico 9 de países destino que son de los principales importadores de esta fruta, tampoco se la pudo encontrar en la web o en redes sociales.

3.2. Agroindustria de valor agregado alto

Este subtema describe la panela que es un producto de alto valor agregado, describe su situación comercial, sus principales socios comerciales y el uso de comercio electrónico. Para la descripción del producto, se toma cuenta el periodo del año 2007 al año 2012, la información sobre las exportaciones del mismo, principales países destino de exportaciones, empresas ecuatorianas predominantes de las exportaciones del sector, precios FOB, cantidad en Kilogramos Netos y canales de distribución por vía electrónica que se utilizan para la comercialización.

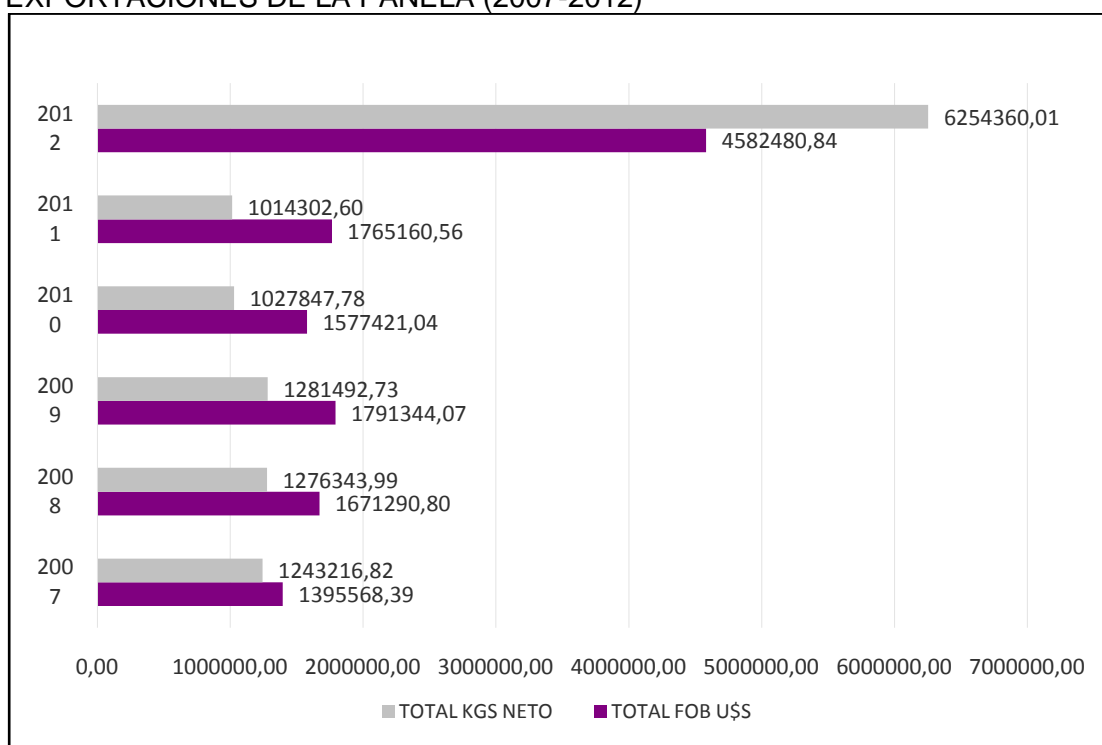
3.2.1. Situación comercial de la panela

La producción de caña de azúcar y de sus derivados es la forma de vida de algunas familias ecuatorianas de bajos recursos económicos, que utilizan la producción de panela como ingreso complementario para mejorar su estilo de vida, esta tradición a aumentado la oferta a nivel internacional de la panela, que resulta de un procesamiento de la caña de azúcar y se utiliza como endulcorante natural y

saludable. La tendencia creciente hacia el consumo de productos orgánicos en países desarrollados ha impulsado este sector agroindustrial, lo cual le da mayor importancia y motiva a que los productores dediquen más tiempo al procesamiento de la panela.

La panela es utilizada en diversas áreas de la gastronomía: en postres, dulces, o para la elaboración de bebidas, los diferentes beneficios que este producto tiene, se reflejan en los efectos positivos en el tratamiento de resfriados, como bebida caliente con limón. El beneficio de tomarla fría para los deportistas es que se puede consumir como bebida hidratante natural, aumentando la resistencia física y el rendimiento corporal.

GRÁFICO 10
EXPORTACIONES DE LA PANELA (2007-2012)



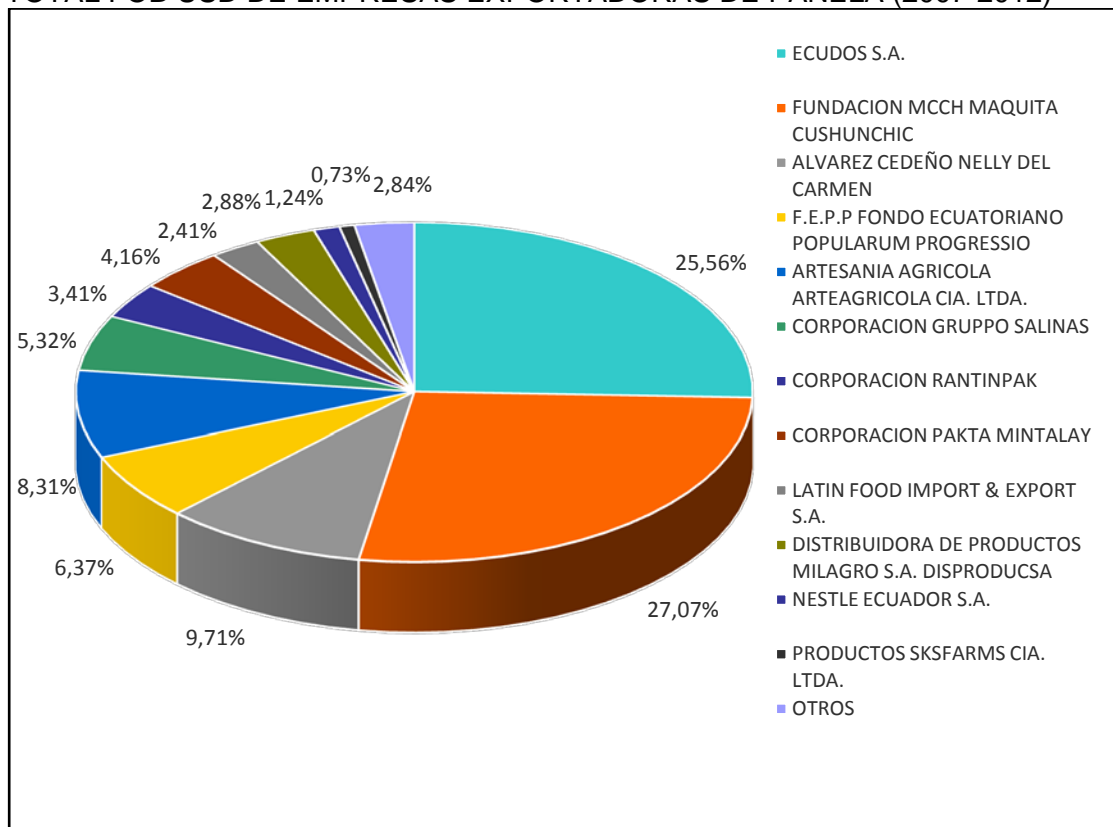
Fuente: COBUS GROUP
Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

En las cifras del gráfico 10 se puede ver como las exportaciones de este producto han aumentando en el periodo de seis años a partir del año 2007 al año 2012, se ve que la cantidad exportada fue de 1.39 millones de kgs netos a 6.25 millones de kgs netos. En el año 2007 el valor exportado de panela fue de \$1.3

millones de dólares y en el año 2012 fue de \$4.5 millones de dólares, estas cifras indican que la demanda de la panela se incrementó en cantidad en el año 2012, en los años 2008, 2009, 2010 y 2011 sus exportaciones fueron menores tanto en precio como en cantidad. (Cobusgroup, 2014: 1)

De acuerdo al gráfico 11, las empresas que mayor participación en valores FOB dentro de las exportaciones de la panela fueron ECUDOS S.A. con 25.56%, seguida de cerca por la Fundación MCCH Maquita Cushunchic con 27.07%, las dos representan el 53% de la oferta de panela del país. El resto de las empresas no por tener menor porcentaje de participación en este mercado tienen menor calidad o capacidad de oferta de productos. (Cobusgroup, 2014: 1)

GRÁFICO 11
TOTAL FOB USD DE EMPRESAS EXPORTADORAS DE PANELA (2007-2012)

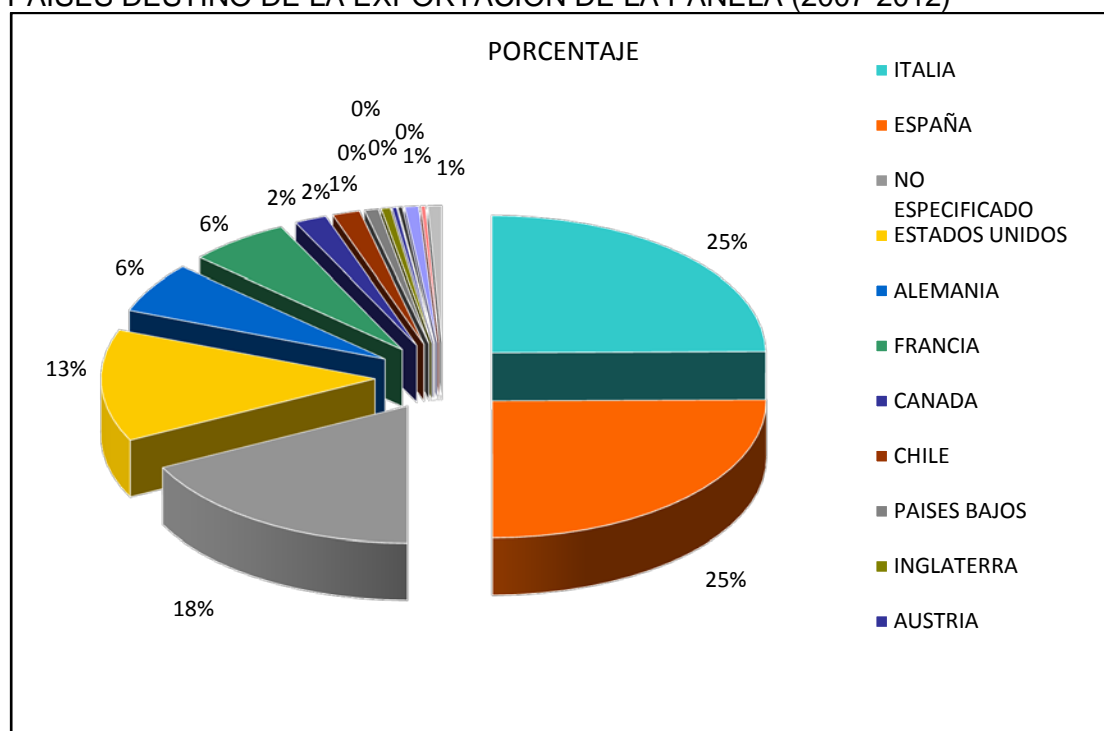


Fuente: COBUS GROUP
Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

3.2.2. Principales socios comerciales de la panela

Los tres principales socios comerciales del Ecuador respecto a la panela son: Italia con 24.86%, España con 25.14% y Estados Unidos con 13.24%. Esta información se muestra en el gráfico 12 sobre los países destino de las exportaciones de la panela en el periodo del año 2007 al año 2012. España se encuentra como en el caso de la uvilla como principal importador de este producto, lo cual se debe a que la demanda del mercado español es similar a la de los países de Latinoamérica y la panela es el primer sustituto del azúcar en grano, considerada como pura, natural y artesana, sin blanquear y sin refinar, es elaborada a partir del jugo extraído de la caña de azúcar. Italia tiende a especializarse en dulces, postres y sus consumidores optan por productos de buena calidad y orientados al llevar una vida saludable. (Cobusgroup, 2014: 1)

GRÁFICO 12
PAÍSES DESTINO DE LA EXPORTACIÓN DE LA PANELA (2007-2012)



Fuente: COBUS GROUP
Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

Entre los proveedores a nivel mundial y que tienen a la panela clasificada bajo una partida arancelaria está la India, país en donde es conocida como

jaggery, y sus ventas externas se destinan a Asia y Medio Oriente. Son también proveedores algunos países latinoamericanos entre ellos Ecuador, Bolivia, Perú y Colombia, de los cuales sus principales destinos de exportación son Europa y Estados Unidos. (Proexport,2010: 3)

3.2.3. Canales de distribución por vía electrónica de la panela

Para la descripción de este subtema se toman en cuenta las empresas que tienen mayor participación en la exportación de productos de la partida arancelaria 17011110 durante el periodo del año 2007 al año 2012. Entre ellas se encontró lo siguiente:

ECUDOS S.A.

Es la empresa que mayor cantidad de exportaciones ha tenido en el período de estudio, pero no ha sido posible encontrarla en las redes sociales o en sitios web. Su página web se encuentra inhabilitada.

CORPORACION RANTINPAK

Esta corporación es de menor representación en relación a las empresas tomadas en cuenta, pero esta posee un blog desde el año 2010 en el que fue posible encontrar información como respecto al giro del negocio, es una empresa de exportadores de productos orgánicos a Europa y Estados Unidos y los productos con mayor cantidad de exportaciones es panela granulada, quinua orgánica, cacao, fréjoles, especias, cebada, entre otros. No se la pudo encontrar en las redes sociales y no posee página web.

FUNDACION MCCH MAQUITA CUSHUNCHIC

Es una institución privada, sin fines de lucro, creada el 24 de marzo de 1985 y desde entonces su objeto ha sido la formación socio-humana, el fortalecimiento, la capacitación y asistencia técnica a organizaciones de productores del país. Las empresas a través de las cuales comercializa en alianza con las organizaciones son:

- AgroMaquita (Exportación de cacao)
- Maquita Solidaria (Alimentos Agroindustriales, artesanías)
- Operadora de Turismo Maquita (Turismo responsable comunitario)

MAQUITA SOLIDARIA es una empresa social de MCCH, inicia sus actividades en 1989, esta empresa tiene como fin que los sectores campesinos de escasos recursos del país tengan alternativas para la comercialización de productos. Impulsa y optimiza la venta de productos sanos y naturales de, crea también condiciones y oportunidades de acceso al mercado nacional e internacional.

En la página web de la fundación MCCH (<http://www.fundmcch.com.ec>) es posible encontrar información acerca de sus alianzas, sus objetivos e historia. Y dentro del icono correspondiente a Maquita Solidaria se encuentra el catálogo comercial de los productos que oferta y detalla también las especificaciones de cada uno de ellos. El producto de nuestro interés es la panela y en el catálogo se encuentra las características, cantidad, empaque y capacidad de exportaciones, como se ve en las imágenes 8 y 9.

IMÁGEN 8
PANELA GRANULADA DE 500 GRAMOS



Fuente: MCCH
Elaborado por: MCCH

IMÁGEN 9
PANELA GRANULADA DE 1000 GRAMOS



Fuente: MCCH
Elaborado por: MCCH

F.E.P.P FONDO ECUATORIANO POPULARUM PROGRESSIO

Es una fundación privada con finalidad social, sin fines de lucro, nació el año 2000 y se define como Grupo Social FEPP, se basa en la constitución y buen funcionamiento de los centros de negocios y servicios campesinos (CNC), cuya estrategia es superar la visión tradicional de los centros de acopio y comercialización. Su intención es intervenir en toda la cadena de valor de los productos a partir de la etapa de producción, seguida por la asistencia técnica, el procesamiento y el alistamiento del producto hasta llegar a la comercialización.

Tiene una página web, en la cual hay información desde sus inicios, socios comerciales, organizaciones, cooperaciones, objetivos, proyectos en marcha y proyecciones. No especifica los productos que sus microempresas tienen, ni los que oferta la fundación. Tampoco se la encuentra en las redes sociales y tiene una participación de 5% en comparación de las dos anteriores que representan el 25.56% ECUDOS y 27.07% MCCH, como se muestra en el gráfico11.

3.3. Agroindustria de valor agregado muy alto

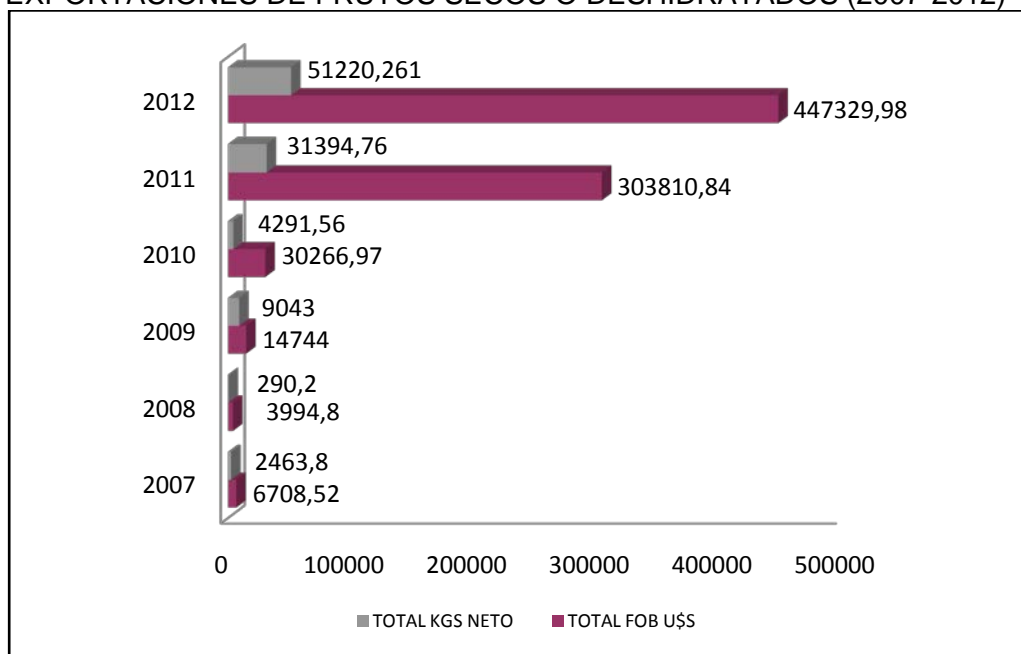
Este subtema describe los frutos secos o deshidratados que son productos de muy alto valor agregado, describe su situación comercial, sus principales socios comerciales y el uso de comercio electrónico. Para la descripción del producto, se toma cuenta el periodo del año 2007 al año 2012, la información sobre las exportaciones del mismo, principales países destino de exportaciones, empresas ecuatorianas predominantes de las exportaciones del sector, precios FOB, cantidad en Kilogramos Netos y canales de distribución por vía electrónica que se utilizan para la comercialización.

3.3.1. Situación comercial de los frutos secos o deshidratados

Los frutos secos y las frutas deshidratadas pertenecen al mismo grupo de productos, razón por la cual se los ha ubicado en la misma partida arancelaria, la 0802. El mercado de estos productos se caracteriza por tener constantes tasas de crecimiento, esto se ve en que en el período del año 2007 al año 2012 aumenta el volumen de las exportaciones así como del precio en que éstas se venden. La razón principal de este crecimiento es la tendencia de los mercados al consumo de estos productos en forma de snacks. El maní y las almendras son los que mayor demanda tienen a diferencia de la macadamia o el arándano que son considerados como productos sofisticados.

Como muestra el gráfico 13, el volumen del mercado en el año 2007 fue de 2463.8kg netos, llegando a 51220.26kg en el año 2012, este aumento es significativo, y si se comparan los precios se ve que el consumidor adquiere cada vez productos más sofisticados, con mejores estándares de calidad y valor agregado. Los datos muestran que para el año 2007 se exportaron \$6.708.52 dólares en frutos secos y deshidratados, y en el año 2012 este valor ascendió a \$447.330 dólares. (Cobusgroup, 2014: 1)

GRÁFICO 13
EXPORTACIONES DE FRUTOS SECOS O DESHIDRATADOS (2007-2012)

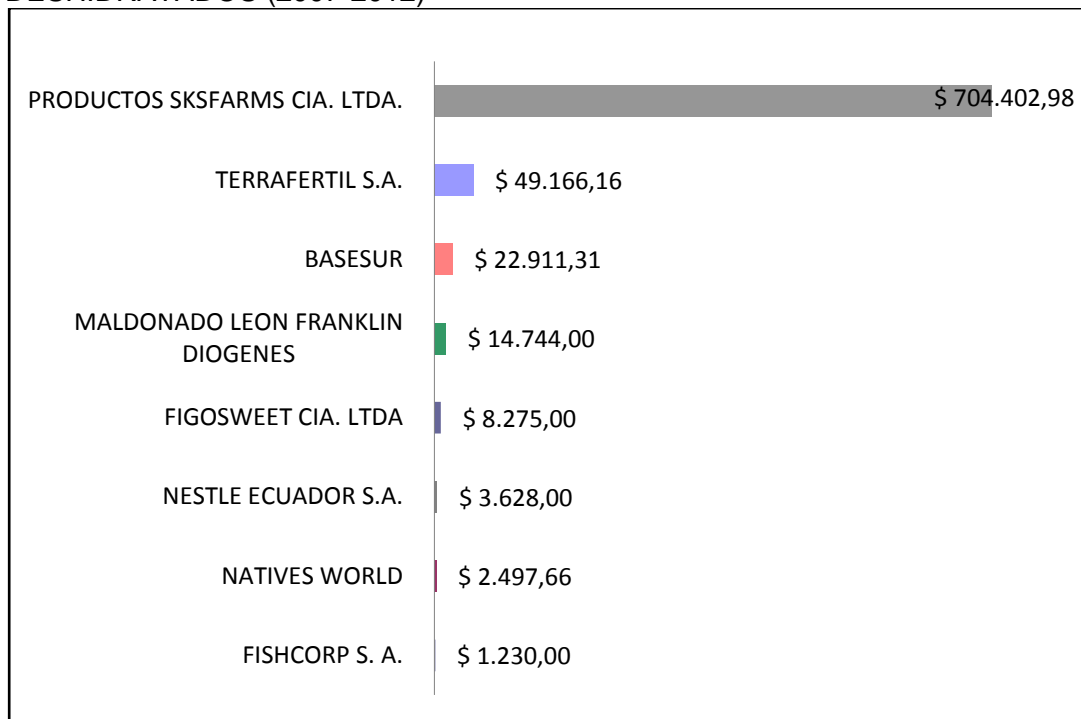


Fuente: COBUS GROUP
Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

La ubicación geográfica del Ecuador permite que los rayos del sol lleguen directo sobre la flora del país, lo cual mejora la calidad de fotosíntesis, que explica el color intenso, aroma, sabor y textura en muchos productos agrícolas ecuatorianos, por ende el resultado en la elaboración de frutos secos o deshidratados es mejor.

Las empresas ecuatorianas que se destacan en la exportación de estos productos son: FISHCORP S. A., NATIVES WORLD, NESTLE ECUADOR S.A., FIGOSWEET CIA. LTDA, MALDONADO LEON FRANKLIN DIOGENES, BASESUR, TERRAFERTIL S.A. Y PRODUCTOS SKSFARMS CIA. LTDA. Esta última se destaca dentro de este grupo con valor exportado de \$697.694,46 dólares en el periodo de 4 años, le sigue en cantidad de exportaciones la empresa Terrafertil, principal productora y exportadora a más de 20 países de la uvilla, mango, piña y banano deshidratados. (Cobusgroup, 2014: 1)

GRÁFICO 14
TOTAL FOB USD POR EMPRESAS EXPORTADORAS DE FRUTOS SECOS O DESHIDRATADOS (2007-2012)



Fuente: COBUS GROUP
 Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

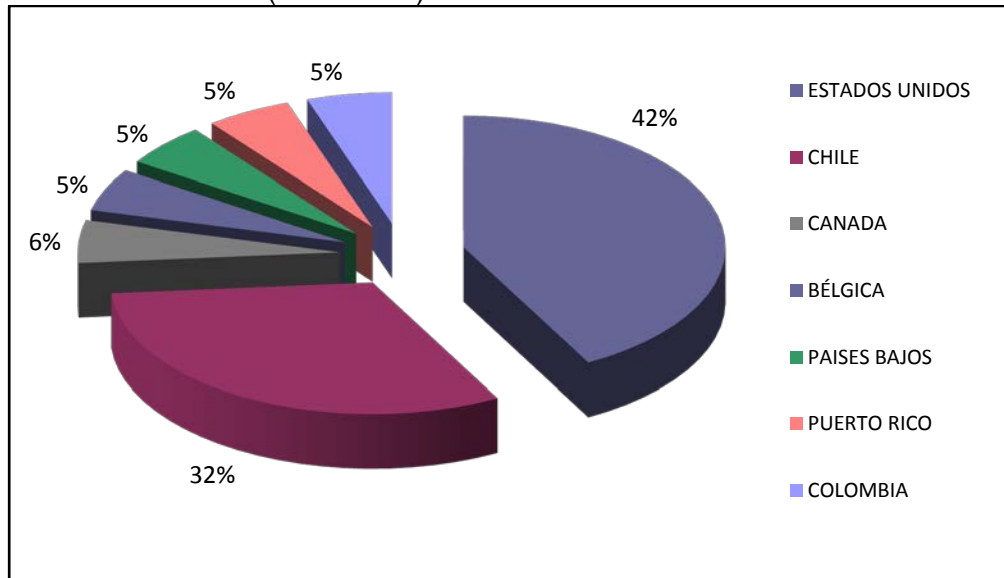
3.3.2. Principales socios comerciales de los frutos secos o deshidratados

Los principales importadores de frutos secos en el mundo son Estados Unidos con 42% de participación, Chile 32%, Canadá 6%, Bélgica 5%, Países Bajos 5%, Puerto Rico 5% y Colombia 5%, por lo que se ve que el consumo de frutos secos no se enfoca en un solo sector del globo. Se puede decir que el consumo de almendra en la UE aumenta debido a los efectos positivos que estos alimentos tienen en la dieta. Esto se debe una vez más a la tendencia de consumo orientada al cuidado de la salud. (Cobusgroup, 2014: 1)

Las frutas secas o deshidratadas se destinan también a la industria alimenticia especializada en la realización de postres, se consumen en mayor proporción bañadas en chocolate, envasadas o a granel. Son considerados alimentos naturales, de los que sus beneficios alimenticios influyen en la

percepción del nuevo de consumidor, que ve a las frutas secas como “snacks” saludables y rápidos. (Icex, 2010: 2)

GRÁFICO 15
PAÍSES DESTINO DE LA EXPORTACIÓN DE FRUTOS SECOS O DESHIDRATADOS (2007-2012)



Fuente: COBUS GROUP
Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

Los principales mercados proveedores de frutos secos y deshidratados en el mundo son los Emiratos Árabes Unidos y Turquía. En Estados Unidos que es el país que más importa frutos secos desde el Ecuador en el periodo de estudio, se piensa que los frutos secos tienen alto contenido calórico y el principal target que consume estos productos son las personas sujetas a algún tipo de dieta. (Icex, 2010: 2)

La FDA (Food and Drug Administration), Administración de Alimentos y Medicamentos, de Estados Unidos, sugiere al mercado consumir frutos secos como complemento de dietas nutritivas y saludables. Los estudios realizados por la FDA aseguran que consumir a diario nueces sirve como parte de dietas bajas en grasas saturadas y colesterol, que es beneficioso para la reducción del riesgo de padecer enfermedades de corazón, además según nutricionistas, los frutos secos son fuente de grasas insaturadas. (Icex, 2010: 2)

3.3.3. Canales de distribución por vía electrónica de frutos secos o deshidratados

Para la descripción de este subtema se toman en cuenta las empresas que tienen mayor participación en la exportación de productos de la partida arancelaria 0802. Entre ellas se encontró lo siguiente:

PRODUCTOS SKSFARMS CIA. LTDA.

La empresa que mayor cantidad de frutos secos exporta cuenta con una página web bastante detallada, ha adquirido cierto posicionamiento en la venta de frutos secos o deshidratados pero su producto que mayor demanda posee es el chocolate y los diversos chocolates con muy alto valor agregado de la empresa. En la imagen 8 se observa como la marca de SKS FARMS vende a través de su nombre comercial PACARI, tiene un detallado listado de sus productos e incluso da la opción de comprar en línea generando un usuario con contraseña y adquiriendo incluso ofertas como envío gratis al sobrepasar cierto precio en el momento de adquirir sus productos. (Sksfarms, 2014: 2)

IMÁGEN 10
PÁGINA WEB DE SKS FARMS



Fuente: SKS FARMS
Elaborado por: SKS FARMS

Otra forma de venderse es el mostrar los certificados de calidad que los productos de la marca tienen, los sellos que lo demuestran y lo que más llama la atención del mercado internacional, la producción de productos orgánicos. La

marca posee su tienda en línea con todas las herramientas de venta al detalle en línea, como el carrito de compras y el sistema de pago PayPal. Tiene página de fans en Facebook en las que los usuarios pueden ver información actualizada del mismo y ser fan de la página dando clic en “Me gusta” de los cuales posee 120.120, el grupo de personas que visita el sitio tiene de 18 a 24 años. Maneja también una cuenta en Twitter. (Facebook, 2014: 1)

IMÁGEN 11
ESTADÍSTICAS DE LA PÁGINA DE FACEBOOK DE PACARI



Fuente: FACEBOOK
Elaborado por: FACEBOOK

TERRAFERTIL S.A.

La marca NATURES HEART pertenece a esta empresa y posee dentro de sus principales productos los snacks saludables a base de frutas secas y nueces, las exportaciones de esta empresa están por debajo de las de SKSFARMS. Terrafertil tiene una página web que permite al usuario redireccionar su búsqueda de acuerdo a la producción de cada país, en la sección de Ecuador se ve que al seleccionar los productos faltan las imágenes. A diferencia de la anterior no existe la posibilidad de comprarlos en línea, pero existe el blog en el que se pueden ver notas relativas a la nutrición y el porqué de cada producto, sus beneficios y nutrientes.

IMÁGEN 12
PÁGINA WEB DE NATURE'S HEART



Fuente: NATURE'S HEART
Elaborado por: TERRAFERTIL

También tiene la página de fans en Facebook en la que a diario publican frases relacionadas al consumo de productos saludables, snacks nutritivos y beneficiosos para la salud, muestran los productos que la marca ofrece y los lugares en los que se pueden adquirir, además publican recetas de comidas que pueden prepararse con sus productos, tiene 68.143 "Me gusta" y el grupo principal de personas que hablan de esta página tiene de 18 a 24 años, tiene también una cuenta activa en Twitter y una en Instagram. (Facebook, 2014: 1)

IMÁGEN 13 ESTADÍSTICAS DE FACEBOOK DE NATURE'S HEART



Fuente: FACEBOOK
Elaborado por: FACEBOOK

Se tomaron estas dos empresas como ejemplo del uso del internet y de las redes sociales para promocionar las marcas, estas dos son las que mayor participación tienen en las importaciones del mundo en lo que respecta a este producto, son también las que hacen uso de estas herramientas como forma de llegar a sus clientes. En Twitter posee 1409 seguidores y su actividad es frecuente, tiene 1374 publicaciones.

IMÁGEN 14
PÁGINA DE TWITTER DE NATURE'S HEART



Fuente: TWITTER
Elaborado por: TWITTER

Análisis del subtema

Se estudiaron tres sectores específicos de los cuáles se obtuvieron resultados similares, al analizar el valor FOB en dólares y la cantidad neta en Kilogramos exportada en el periodo del año+ 2007 al año 2012 de los tres sectores se vio que la uvilla tuvo fluctuaciones representativas entre el año 2010 y el año 2012, entre los dos años sus ventas disminuyeron, lo cual puede deberse a la fuerte participación en el mercado de Colombia y Perú que son países productores de la uvilla.

Los frutos secos y la panela tuvieron un comportamiento diferente porque sus exportaciones en valores FOB aumentaron, en el caso de los frutos secos puede deberse a que son considerados productos de lujo y de alta calidad por lo que el precio al que se comercializan es mayor, la panela en su mayoría es demandada debido a ser catalogado como producto natural y saludable. En lo que respecta al uso de comercio electrónico o redes sociales se ve que la mayor parte de las empresas carecen del uso de estos medios y que no los ven como indispensables para sus ventas o para alcanzar nuevos mercados.

VI. ANÁLISIS

Para analizar el flujo del comercio exterior de las PYMES ecuatorianas del sector de la agroindustria a través del uso del comercio electrónico y las redes sociales, se toman en cuenta como principio fundamental las tendencias comerciales de las empresas del Ecuador, los sectores en los que poseen ventaja comparativa, así como las tendencias de consumo a nivel mundial de los principales mercados destino de las exportaciones agroindustriales del país.

Se analizó la situación del Ecuador con respecto a la evolución de las tecnologías de la información dentro del país, se ve que cada vez son más las personas que tienen acceso a internet en el hogar, el uso de internet en lugares públicos como cibercafés va disminuyendo a medida que el uso de internet en smartphones aumenta. También se ve como las redes sociales son utilizadas en los teléfonos, lo cual se debe a que las aplicaciones de redes sociales son perfeccionadas para los teléfonos, lo cual hace que el acceso sea rápido.

Las empresas multinacionales son las que mejor posicionadas se encuentran en el mercado en línea, empresas como Amazon, Ebay, Best Buy, y páginas que se manejan a través de catálogos digitales. También el modelo de negocio más utilizado en el internet es el de Business to Consumer que como su nombre lo dice, la empresa vende al usuario o consumidor dentro del negocio de venta al detalle en línea.

Se estudió al comercio electrónico como herramienta comercial para que los negocios lleguen a posicionarse en diferentes mercados, los modelos de negocios que dentro del comercio electrónico existen, como son el Business to Business, Business to Consumer y Consumer to Consumer. Cada uno de estos se caracteriza por el mercado al que quieran llegar, en relación de quién le vende a quién.

Las PYMES se pueden encontrar con problemas o limitaciones para usar el comercio electrónico, entre estas están: el acceso a las tecnologías, la capacitación que requieran para usar los generadores de mercado en línea y la

falta de confianza de los consumidores para realizar transacciones o entregar información de carácter personal, es por estas barreras que las empresas deben proporcionar la mayor cantidad posible de información y garantías orientadas al consumidor para que este se sienta seguro de finalizar el acto de compra y venta en una página web. Se vio que el uso del comercio electrónico como herramienta de comercio exterior en Ecuador y América Latina no tiene la suficiente credibilidad del consumidor para que este recurra a su uso como principal medio de compra y venta. Esto se debe a que las personas no se sienten seguras al proporcionar información detallada de sí mismos en línea y tienen el temor a ser víctimas de actos fraudulentos.

Dentro del sector de la agroindustria se evidencia que a través del uso de herramientas virtuales como son el comercio electrónico y las redes sociales las empresas pueden llegar a mayores sectores y mercados. El internet puede hacer que las PYMES tengan mejor acceso al mercado internacional y a generar estrategias que ayuden a aprovechar el potencial del mercado de acuerdo a sus tendencias, las cuales determinan el comportamiento de la oferta y de la demanda.

Los negocios deben enfocarse en aspectos como: la búsqueda de mercados, las características de la demanda, las tendencias de consumo en otros países, las oportunidades comerciales, la necesidad de participar en eventos de promoción comercial, ferias, misiones comerciales o ruedas de negocios, éstos aspectos muestran que el precio no es el único determinante de la venta de productos o de servicios, los intereses y preferencias del consumidor son un factor fuerte en este aspecto y estos se determinan en relación a la capacidad de un negocio para alcanzar mercados.

La agroindustria se puede clasificar de acuerdo al producto final que se genere: los productos con poco valor agregado son los que no pasan por ningún proceso de industrialización, los productos con algún valor agregado son materias primas con algún tipo de procesamiento, los productos con alto valor agregado son los semi-procesados, los productos con muy alto valor agregado son los productos primarios o semi-procesados transformados para el consumo final.

La evolución de las exportaciones muestra que cada vez se exportan los de muy alto valor agregado, motivo por el cual, si bien la cantidad de exportaciones ha disminuido, el valor FOB exportado ha aumentado. Los valores exportados de productos muestran que lo que más se exporta son frutos comestibles y el principal destino de las exportaciones agroindustriales es Estados Unidos.

En este estudio se toman tres productos como ejemplo para analizar los tres sectores de bajo, alto y muy alto valor agregado. La uvilla es una fruta con alta demanda dentro del mercado europeo, su situación y características nutricionales la posicionaron como producto costoso en el exterior. Se tomó en cuenta también a un producto de mayor valor agregado que la uvilla, la panela que se caracteriza como endulzante natural, el cuál se utiliza en su mayoría para bebidas y a los frutos secos o deshidratados que son de muy alto valor agregado, estos son demandados por países fuertes como Estados Unidos y Chile, pero el sector de los frutos secos es poco explotado en el Ecuador.

Al revisar cual es la ruta por la que cada producto y sus respectivas empresas comercializadoras optan para poder llegar a sus clientes se ve que la mayor parte de las empresas no cuentan siquiera con sitios web, mucho menos se encuentra en redes sociales como Facebook, Twitter o Instagram. Pero las empresas que, a más de una página web, cuentan con una página de fans en Facebook tienen una ventaja en comparativa frente a otras empresas debido primero a la difusión de información que aumenta conforme más fans van adquiriendo y segundo porque tienen acceso a estadísticas bien detalladas sobre qué grupo de personas se interesan por la empresa o cuáles son los productos que más se visitan, entre otros indicadores.

VII. CONCLUSIONES

La hipótesis del trabajo se cumple en parte por lo siguiente:

- Las empresas sí buscan satisfacer las necesidades de los consumidores, pero no ven al comercio electrónico como parte fundamental para acercarse a ellos.

- Las empresas que utilizan internet como herramienta comercial en el Ecuador son pocas, muchas de ellas no tienen páginas web o si las tienen están averiadas y tampoco ha existido la preocupación de arreglarlas.
- Las empresas que lideran en la utilización del comercio electrónico son las que utilizan el modelo de negocios de tipo B2C.
- Considero que la demanda y el uso de estas herramientas si existe y además puede ser creada.
- La escasa experiencia práctica del productor o empresario ecuatoriano hace que llegar al consumidor final a través del internet tenga ciertas limitantes.
- La barrera principal del comercio electrónico es la falta de credibilidad de los usuarios en las páginas web, al realizar transacciones y al momento de proporcionar información personal.
- Las redes sociales son sin duda la actividad en línea de más rápido crecimiento y los smartphones impulsan aún más su crecimiento.
- El internet permite más posibilidades de comunicación y transmisión de información que cualquier otra tecnología de la información.
- Existen empresas que no utilizan los medios de comercio electrónico de forma adecuada, o no las utilizan para nada, lo cual quiere decir que están perdiendo la oportunidad de generar nuevos clientes y de posicionarse en otros mercados.
- Se concluye que al no utilizar las herramientas de comercio electrónico las empresas no dejan de vender pero pierden la oportunidad de generar nuevos negocios y vender más.

- No existen datos que prueben con exactitud que el comercio electrónico haya sido la razón del crecimiento o aumento de ventas de una empresa en relación a otra, pero si se ve que las empresas que cuentan con todas las herramientas son las que mayor participación en el mercado tienen.

VIII. RECOMENDACIONES

Luego de haber realizado el análisis del uso del comercio electrónico como herramienta comercial para las empresas se recomienda lo siguiente:

- Implementar páginas web dinámicas, completas y de fácil manejo para los usuarios, y que crearlas forme parte del marketing de las empresas, las páginas deben poder ser encontradas tanto bajo su razón social como por su nombre comercial.
- Analizar las tendencias del mercado para poder cubrir con la demanda de productos de mercados internacionales y las necesidades de los consumidores.
- Implementar el uso de las redes sociales dentro del plan de trabajo de las empresas y designar un encargado de la constante actualización de datos y publicaciones de las páginas, a las cuales se debe dar constante seguimiento.
- Llevar control sobre las ventas que se hayan finiquitado debido a que el usuario encontró la información de un producto por medio de sitios web y tener un proceso de seguimiento a los clientes.
- Utilizar términos generales dentro de la descripción de los productos que vayan con concordancia a los patrones de búsqueda que los usuarios tienen en el momento de utilizar un buscador.

- Vincular plug ins en las páginas web de servidores reconocidos por su fiabilidad para que de esa manera los usuarios se sientan más seguros al momento de realizar una compra. Por ejemplo: Forma de pago vía PayPal
- Generar confianza en los usuarios por medio del internet y dar respuesta siempre a las preguntas o solicitudes que se hagan a la página.
- Acceder a los mercados utilizando varios idiomas en la forma de realizar las ventas en línea.
- Manejar el correo electrónico como método principal de comunicación con los usuarios o potenciales clientes y asegurarles la importancia para el negocio de la comunicación.
- Crear aplicaciones para que los usuarios puedan acceder a las páginas desde sus teléfonos móviles.
- Hacer un análisis de la principal fuente por la cuál los clientes llegan a negociar con una empresa.
- Determinar a través de páginas web, principalmente de páginas de fans como las de las redes sociales, el segmento de mercado que se interesa por la empresa, que productos son los más vistos, de qué países son las visitas, el alcance de las publicaciones, el idioma de preferencia y ciertos criterios que ayudan a saber en que momento y a quién se deben enfocar.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

- Cordes. (1987). *Neoliberalismo y Políticas Económicas Alternativas*. Quito, Ecuador:
- Cristianisme. (1993). *El Neoliberalismo en cuestión*. Bilbao, España: Sal Terrae Santander.
- Drucker. (1996). *Su visión sobre la administración, la organización basada en la información, la economía y la sociedad*. Bogotá, Colombia: Cargraphics S.A.
- Laudon & Guercio (2010). *E-COMMERCE*. México: Pearson Educación.
- Mankiw. (2007). *Los principios de la economía*. ITES.
- Schiffman & Lazar. (2010). *Comportamiento del Consumidor*. México: Prentice Hall.

Páginas Web

- Canal. (2012). *Canal tecnológico*. Obtenido de Tics en Ecuador Resumen tecnológico 2012, Cifras del INEC: http://canal-tecnologico.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1547:tics-en-ecuador-resumen-tecnologico-2012&catid=45&Itemid=2
- Capig. (2012). *Camara de la pequeña industria del Guayas*. Obtenido de <http://www.capig.org.ec/>
- Cobusgroup. (2014). *Commercial Business*. Obtenido de Cobus Group: <http://www.cobusgroup.com/html2/index.html>
- El Comercio. (2012). *Las PyMES se involucran más con la tecnología*. Obtenido de El Comercio: http://www.elcomercio.com/negocios/pymes-involucran-tecnologia_0_489551143.html
- El Comercio. (17 de Mayo de 2013). *Tecnologías de la Información y Comunicación 2012*. Obtenido de El Comercio: http://www.elcomercio.com/tecnologia/Internet-Ecuador-tecnologia-Informacion_0_920908066.html
- Creecuador. (2011). *Industrias Ecuador*. Obtenido de Programa CreEcuador: www.industrias.ec/archivos/file/Presentacion_Programa_CreEcuador.ppt
- Ecommerce. (2012). *E Commerce News*. Obtenido de <http://www.ecommerce-news.es/>
- Emarketer. (2013). *Artículos de eMarketer*. Obtenido de <http://www.emarketer.com/Articles?p=5>

- Facebook. (2014). Obtenido de Facebook: <https://www.facebook.com/>
- Fedexpor. (2012). *Estudio estadístico de las relaciones comerciales y de inversión entre la Unión Europea y el Ecuador*. Recuperado el 2012, de <http://www.fedexpor.com/site/images/stories/Estudio%20relaciones%20UE%20Ecuador%20final%20%28resumen%29.pdf>
- Forbes. (2 de Abril de 2013). *FORBES*. Obtenido de 15 sitios que dominan al e-commerce en el mundo: <http://www.forbes.com.mx/sites/15-sitios-que-dominan-al-e-commerce-en-el-mundo/>
- Forbes Mexico. (2014). *Las 3 redes sociales para el 2014*. Obtenido de <http://www.forbes.com.mx/sites/las-3-redes-sociales-para-el-2014/>
- Frutierrez. (2014). Obtenido de http://www.frutierrez.com/spanish/productos_exotics_presentacion.html
- Icex. (2010). *Instituto de Economía y Competitividad*. Obtenido de http://www.icex.es/icex/cda/controller/pagelCEX/0,6558,5518394_5596418_6366453_598992_13_US_p5712609,00.html
- Inc. (2010). *Why products sell online?* Obtenido de <http://www.inc.com/articles/1999/10/14370.html>
- Inec. (2010). *Censo Nacional Económico 2010 realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) en referencia a las MIPYMES*. Obtenido de <http://www.capiq.org.ec/Censo%202010/15.pdf>
- Inec. (2012). *Tecnologías de la Información TICs 2012*. Obtenido de http://www.inec.gob.ec/sitio_tics2012/presentacion.pdf
- Marketingdirecto. (2013). *El e-commerce crecerá un 18,3% a nivel mundial este 2013*. Obtenido de <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/digital/el-e-commerce-crecera-un-183-a-nivel-mundial-este-2013/>
- Mintel. (10 de Junio de 2013). *En el Ecuador 60 de cada 100 usuarios usan Internet una vez al día*. Obtenido de Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información: <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/en-el-ecuador-60-de-cada-100-usuarios-usan-internet-una-vez-al-dia/>
- Mintel. (2014). Obtenido de Tecnologías de la Información y Comunicaciones para el Desarrollo: http://www.observatoriotic.mintel.gob.ec/images/info_cualitativa/01_DocumentacionTIC/01_Estudios_Consultorias/017_Tecnologia_Informacion_Comunicacion_para_Desarrollo.pdf
- Omc. (1997). *WTO*. Obtenido de El comercio electrónico y el papel de la OMC: http://www.wto.org/spanish/tratop_s/ecom_s/special_study_s.pdf
- Perurtail. (2012). *La Web del Retail y los canales comerciales*. Obtenido de China y EE.UU.: las grandes oportunidades del comercio electrónico:

<http://www.peru-retail.com/noticias/china-y-eeuu-las-grandes-oportunidades-del-comercio-electronico.html>

Proecuador. (2012). *Características de la Agroindustria*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/agroindustria/>

Proecuador. (2012). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Recuperado el 2013, de PRO ECUADOR: <http://www.proecuador.gob.ec/faq/%C2%BFque-son-acuerdos-comerciales/>

Proecuador. (Diciembre de 2012). *CAN Ficha Técnica País*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/12/PROEC_FT2012_CAN.pdf

Proecuador. (2012). *Ofiinas comerciales*. Obtenido de INSTITUTO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES: <http://www.proecuador.gob.ec/oficinas-comerciales/exterior/>

Proecuador. (2012). *Boletín de Análisis de Mercados Internacionales*. Obtenido de INSTITUTO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/PROEC_AM2012_DIC-ENE.pdf

Proecuador. (2012). *Boletín Noviembre*. Obtenido de INSTITUTO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/PROEC_AM2012_AGO-SEP.pdf

Proecuador. (2012). *Boletín Septiembre*. Obtenido de INSTITUTO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/PROEC_AM2012_AGO-SEP.pdf

Proecuador. (2013). *Guía comercial del Ecuador 2013*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-comercial-de-ecuador-2013/>

Proecuador. (2012). *Boletín comercial Nov-Dic 2012*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/pubs/proec_am2013_nov-dic-2/

Proecuador. (2014). *Frutas no tradicionales*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/frutas-no-tradicionales/>

Proexport. (2010). *PANELA, CHANCACA O RASPADURA*. Obtenido de <http://www.panelamonitor.org/media/docrepo/document/files/comercio-exterior-panela-proexport-colombia.pdf>

Sirzee. (2010). *Estudio de mercado internacional*. Obtenido de http://www.sirzee.itcr.ac.cr/modules/Guia_Exportar/guia_pdf/capitulo2.pdf

- Sksfarms. (2014). *PACARI PRODUCTS*. Obtenido de <http://www.ecuadorianorganics.com/index.html>
- Trademap. (2013). *International Trade Centre*. Obtenido de http://www.trademap.org/index.aspx?ReturnUrl=%2fProduct_SelProductCountry.aspx
- Tutorialspoint. (2013). *E-Commerce payment system*. Obtenido de http://www.tutorialspoint.com/e_commerce/e_commerce_payment_systems.htm
- Uit. (2012). *Unión Internacional de Telecomunicaciones*. Obtenido de Medición de la Sociedad de la Información: http://www.observatoriotic.mintel.gob.ec/images/info_cualitativa/01_DocumentacionTIC/02_Informes_reportes/02_IDI/03_Medicion_Sociedad_de_Informacion2012_Resumen.pdf
- El Universo. (2013). *Ecuador es parcialmente libre en internet, según informe de Freedom House*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/10/03/nota/1533096/ecuador-es-parcialmente-libre-segun-informe-libertad-redes>
- El Universo. (22 de Enero de 2013). *Ecuador tiene 16,9 millones de líneas celulares, cifra que supera a su población*. Obtenido de EL Universo: <http://www.eluniverso.com/2013/01/22/1/1356/ecuador-tiene-169-millones-lineas-celulares-cifra-supera-poblacion.html>
- El Universo. (3 de Octubre de 2013). *Ecuador es parcialmente libre en internet, según informe de Freedom House*. Obtenido de El Universo: <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/10/03/nota/1533096/ecuador-es-parcialmente-libre-segun-informe-libertad-redes>
- Usfq. (2013). *Comercio electrónico en el Ecuador: análisis de ventajas y desventajas de la*. Obtenido de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/1834/1/106484.pdf>
- Wto. (2012). *WTO*. Obtenido de Reporte del comercio mundial: http://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/anrep_s/wtr08-0d_s.pdf

ANEXO 1
VENTAS EN LÍNEA POR REGIÓN (2011-2016)

REGIÓN	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ASIA PACIFICO	27,9	30,5	33,4	36,2	38,2	39,7
NORTEAMERICA	35,9	33,5	31,5	29,7	28,8	28,2
EUROPA DEL OESTE	28	26,9	25,7	24,3	23,4	22,6
EUROPA DEL ESTE	3,6	3,8	3,9	3,9	3,8	3,7
LATINOAMERICA	3,1	3,5	3,5	3,6	3,6	3,5
MEDIO ORIENTE Y AFRICA	1,5	1,8	2	2,3	2,2	2,3
	100	100	100	100	100	100

Fuente: eMarketer
Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

ANEXO 2
USO DE INTERNET EN LOS HOGARES DEL ECUADOR (2009-2012)

AÑOS	Módem/Teléfono	Cable/Banda ancha	Inalámbrico	Ninguno
2009	41	50,4	6,3	2,2
2010	33,1	57,4	7,6	1,9
2011	41,8	46,8	8,4	2,9
2012	53,5	24,5	20,1	1,9

Fuente: INEC
Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

ANEXO 3
RAZONES DE USO DEL INTERNET A NIVEL NACIONAL

NACIONAL	EDUCACION Y APRENDIZAJE	OBTENER INFORMACIÓN	COMUNICACIÓN EN GENERAL	POR RAZONES DE TRABAJO	OTRO
2009	38,7%	30,0%	18,9%	7,8%	4,6%
2010	40,0%	27,2%	22,4%	5,3%	5,1%
2011	29,1%	31,1%	32,6%	3,4%	3,8%
2012	27,5%	36,0%	28,2%	3,8%	4,5%

Fuente: INEC
Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

ANEXO 4
PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN DE REDES SOCIALES EN UN SMARTPHONE

Rango de edades	2011	2012
De 5 a 15 años	69,0%	69,5%
De 16 a 24 años	71,9%	81,6%
De 25 a 34 años	76,3%	78,9%
De 35 a 44 años	63,7%	73,4%
De 45 a 54 años	60,4%	69,8%
De 55 a 64 años	70,6%	62,5%
De 65 a 74 años	52,7%	80,5%

Fuente: INEC
 Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

ANEXO 5
EVOLUCIÓN EXPORTACIONES SECTOR INDUSTRIAL (2007-2012)

AÑOS	Millones USD FOB	Miles TONELADAS
2007	11	34
2008	23	24
2009	23	20
2010	21	22
2011	24	27
2012	26	18

Fuente: INEC
 Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

ANEXO 6
EXPORTACIONES DE LA UVILLA (2007-2012)

FECHA DESPACHO	TOTAL FOB U\$S	TOTAL KGS NETO
2007	427642,76	125503,68
2008	696591,27	228403,86
2009	364366,76	109583,45
2010	1028815,77	347224,26
2011	222963,55	65486,62
2012	632321,97	185520,73
TOTAL	3372702,075	1061722,59

Fuente: COBUS GROUP
 Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

ANEXO 7
FOB USD Y KGS NETOS DE LA UVILLA AÑO 2007

NOMBRE COMERCIAL	FECHA DESPACHO	TOTAL FOB U\$S	TOTAL KGS NETO
BIOLCOM CIA. LTDA	2007-01-15	3745	100
FRUTEC	2007-01-16	824,15	266,9
FRUTEC	2007-05-04	870,25	291,55
FRUTEC	2007-05-08	952,75	323
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-01-18	3036,3	330,65
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-01-20	7771,67	365,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-01-21	2450	450
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-01-22	2600	475
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-01-23	2288,92	693,6
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-01-24	2754,31	813,45
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-01-25	2667,59	827,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-01-26	2482,2	940,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-01-27	3482,18	980,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-01-28	9750	1000
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-01-29	4459,38	1224
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-01-30	5192,04	1535,95
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-01-31	6488,92	1614,15
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-01	6535,6	2487,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-02	8739,9	4158,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-10	9489,6	4414,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-11	6049,18	1955
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-12	186,4	56,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-13	191,12	52,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-14	583,35	170,85
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-15	779,45	236,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-16	786,4	230,83
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-17	804,5	239,36
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-18	808,5	245,65
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-19	831,6	279,65
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-20	831,8	262,48
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-21	837,4	265,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-22	851,75	253,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-23	854,85	272
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-24	877	266,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-25	883	252,45
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-26	883,55	289,08
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-27	895,65	280,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-28	911,2	258,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-01	911,6	298,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-02	915,1	293,25
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-03	919,45	281,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-04	983,05	314,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-05	1002,7	345,95
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-06	1058,35	281,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-07	1062,1	380,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-08	1080,69	310,25
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-09	1120,34	348,5

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-10	1141,4	322,15
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-11	1182,35	314,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-12	1210,15	351,05
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-13	1660,45	430,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-14	1758,73	708,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-23	1932,13	763,7
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-24	2177,8	700
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-25	2195,47	549,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-26	2317,72	699,77
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-28	2360,76	848,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-29	2361,5	743,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-30	2459,32	766,15
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-31	2465,55	412,25
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-01	2543,56	828,94
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-02	2547,08	831,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-03	2590,18	791
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-04	2598,56	861,6
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-05	2674,69	833,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-06	2681	868,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-07	2876,36	888,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-08	3126,28	967,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-09	3140,9	1037,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-10	3676,45	1190,85
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-11	3887,59	1194,25
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-12	4021,7	1255,45
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-13	4067,65	1249,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-14	4136,1	1195,95
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-15	4224,14	1145,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-16	4327,45	1159,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-17	4394,41	1303,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-18	4465,8	2146,25
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-19	4798,23	1425,45
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-20	4800,03	1428
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-21	4838,18	1499,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-10	4937,6	1518,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-11	4976,89	1503,69
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-14	5017,32	1591,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-15	5027,68	1365,95
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-16	5029	1548,7
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-17	5065,95	1521,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-18	5104,04	1501,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-19	5213,78	1637,95
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-20	5274,65	1445
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-21	5383,4	1518,95
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-22	5437,05	1599,7
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-23	5626	1694,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-24	5647,81	1596,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-25	5855,51	1826,65
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-26	5901,9	1621,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-27	5950,3	2420,8

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-28	5996,28	1721,25
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-29	6004,88	1796,05
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-30	6214,2	2640,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-31	6237,5	2500,7
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-02	6269	2606,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-03	6331,7	1939,7
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-04	6413,4	3095,7
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-05	6534,95	2014,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-06	6789,36	2040,85
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-08	6803,4	2936
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-09	6813	341,7
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-10	6876,75	3060
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-11	6878,99	1999,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-12	7002,3	2760,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-14	7244,8	3054,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-15	7333	3510,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-16	7526,1	3420,6
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-17	7675,75	2470,95
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-18	7826,7	3672
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-19	7956	3842
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-20	8135,85	2525,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-21	8350,7	3496,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-08	17622	10372,88
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-09	13740,7	5608,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-11	11457,35	4027,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-12	10887,64	4243,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-13	10588,25	3935,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-15	10441,2	4190,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-17	9694,65	4054,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-18	9609,7	4527,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-19	9545,35	3745,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-20	9536,5	3326,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-21	9224,1	4527,95
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-23	9139,6	3202,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-26	8680,65	3542,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-27	7977,6	3010,73
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-28	5574,7	1814,75
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-31	3829,4	1222,6
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-08-01	3624,9	1281,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-08-02	2763,3	795,6
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-08-03	627,65	182,75
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-08-04	385,2	107,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-08-06	6484,03	1867,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-08-07	6647,4	2516,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-08-09	402,25	120,7
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-08-10	452,75	121,55
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-08-11	585,4	142,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-09	619,73	183,6
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-10	641,5	188,7
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-11	668,14	190,4

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-12	673,1	180,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-13	1552,6	548,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-15	2490	677
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-16	2648,5	766,6
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-17	3661,15	1042,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-18	4075,1	1118,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-22	4097,75	1155
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-23	4423,15	1348,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-24	5238,7	2154,46
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-25	5634,65	1694,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-26	5780,4	1753,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-27	7117,9	2670,63
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-30	7238,4	3144
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-01	9759,1	4043,43
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-02	11474,4	4885,92
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-04	5491,9	1529,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-06	8	28,6
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-07	297,95	80
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-08	312,2	95
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-09	314	80
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-10	342,4	90
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-11	415	120
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-12	416,98	110
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-13	458,55	148
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-20	935,25	198
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-21	1162	395
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-22	3629,3	1021
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-23	4312,2	1074
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-24	4646,76	1500
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-25	5081,45	1246,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-26	5331,7	1606
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-27	5482,1	1616
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-29	5792,3	1521
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-30	6069,84	2493,36
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-31	30	92,6
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-11-01	318,85	100
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-11-16	325,8	90
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-11-18	338,4	100
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-11-19	341,3	90
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-11-21	344,49	100
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-11-22	346,1	100
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-11-23	989,83	422
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-11-24	1935,06	602,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-11-25	2056,04	724
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-11-26	2978,1	1043
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-11-27	3663,65	1365
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-11-28	3902,3	1196,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-11-29	4005,1	982,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-11-30	4934,6	1393,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-12-01	5045,4	1367

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-12-02	6085,1	1666,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-12-03	6304,71	1831,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-12-21	6944,23	2850,81
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-12-22	7752,75	1597,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-12-23	8290,54	3594,82
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-12-24	8514,7	3763,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-12-25	11337,33	3742,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-12-26	462,74	100
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-12-27	476,02	100
GLOBALCAFE S.A.	2007-05-13	550	454,1
NATIVES WORLD	2007-05-12	577,9	600
QUIÑONEZ FUENTES WILSON			
JULIAN	2007-07-30	1530	612
TERRA EQUA	2007-01-17	1620	648
TERRA EQUA	2007-01-19	2000	2511
TERRA EQUA	2007-07-14	2835	462
TERRA EQUA	2007-07-22	2430,03	466,45
TERRA EQUA	2007-08-13	3430	478,8
TERRA EQUA	2007-08-14	2430	486,15
TERRA EQUA	2007-09-21	2835	562,2
TERRAFERTIL S.A.	2007-03-27	5676	1120
TERRAFERTIL S.A.	2007-10-28	2835	354
TERRAFERTIL S.A.	2007-11-08	3548	254
TERRAFERTIL S.A.	2007-11-20	2588	147
TERRAFERTIL S.A.	2007-12-04	1235	132
TERRAFERTIL S.A.	2007-12-14	4165	462
TERRAFRESCO S.A.	2007-06-30	3835	547,2
TERRAFRESCO S.A.	2007-07-16	5289,03	510
TERRAFRESCO S.A.	2007-07-24	5670	924
TERRAFRESCO S.A.	2007-07-25	6188	1120
TERRAFRESCO S.A.	2007-07-29	30877	8976
TERRAFRESCO S.A.	2007-08-08	50877	9576
TERRAFRESCO S.A.	2007-08-26	24256	3261
TERRAFRESCO S.A.	2007-08-31	10968	12002
TERRAFRESCO S.A.	2007-09-04	8505	1386
TERRAFRESCO S.A.	2007-09-28	5070	1083
TERRAFRESCO S.A.	2007-09-29	7648,06	1080
TERRAFRESCO S.A.	2007-10-03	9533,27	3224
TERRAFRESCO S.A.	2007-10-05	6504	1330
WITHER CASTRO VICTORIA			
EUGENIA	2007-08-19	275,25	313,4

Fuente: COBUS GROUP

Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

ANEXO 8

FOB USD Y KGS NETOS DE LA UVILLA AÑO 2008

NOMBRE COMERCIAL	FECHA DESPACHO	TOTAL FOB U\$S	TOTAL KGS NETO
AGROEXPORT	2008-04-17	2625	747,86
AGROEXPORT	2008-04-20	5374,7	954,6
AGROEXPORT	2008-04-22	6861,5	907,8

AGROEXPORT	2008-04-24	2138,6	574,7
AGROEXPORT	2008-04-29	1834,74	515,54
AGROEXPORT	2008-05-02	1744,3	546,8
AGROEXPORT	2008-05-03	1967,21	703,8
AGROEXPORT	2008-05-24	2901,5	820,4
AGROEXPORT	2008-05-26	2250	647,1
AGROEXPORT	2008-06-01	2888,77	778,95
AGROEXPORT	2008-06-04	3015,36	784,56
AGROEXPORT	2008-06-12	2773,35	653,16
AGROEXPORT	2008-06-13	2414,01	609,05
AGROEXPORT	2008-07-01	2944,01	736,14
AGROEXPORT	2008-07-12	3472,75	879,19
AGROEXPORT	2008-07-13	3143,55	791,7
AGROEXPORT	2008-08-01	1877,6	691,2
AGROEXPORT	2008-08-11	3342,2	914,85
AGROEXPORT	2008-08-23	4260,45	1151,68
AGROEXPORT	2008-09-04	4178,5	1152,6
AGROEXPORT	2008-09-08	3449,9	984
AGROEXPORT	2008-09-09	4936,68	3907,61
AGROEXPORT	2008-09-11	2670,25	1048,5
AGROEXPORT	2008-09-28	5515,05	2464,56
AGROEXPORT	2008-10-01	8652,87	3271,4
AGROEXPORT	2008-11-28	3182,55	954,4
AGROEXPORT	2008-11-30	5515,05	2464,56
AGROEXPORT	2008-12-02	2933	796
AGROEXPORT	2008-12-03	2497,92	716,94
AGROEXPORT	2008-12-12	5515,05	1464,56
BIOLCOM CIA. LTDA	2008-08-26	8700	1000
BIOLCOM CIA. LTDA	2008-08-27	4350	500
BIOLCOM CIA. LTDA	2008-09-20	5445	495
BIOLCOM CIA. LTDA	2008-12-04	5445	495
EQUINOX BUSSINESS LIMITED	2008-01-13	839,6	300
EQUINOX BUSSINESS LIMITED	2008-01-23	7560	2700
EQUINOX BUSSINESS LIMITED	2008-02-08	10398,5	4188
EQUINOX BUSSINESS LIMITED	2008-02-24	43001,92	8485
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-01-12	953,16	291,55
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-01-14	1018,36	331,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-01-15	1106,61	349,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-01-24	3448,45	1173
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-01-25	969,01	345,95
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-01-26	999,96	346,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-01-28	2150,45	744,6
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-02-01	1703,15	582,25
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-02-02	2605,5	853,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-02-05	2466,5	791,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-02-17	1507,05	482,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-02-18	1778,5	583,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-02-19	749,27	253,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-02-21	2405	752,25

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-02-22	826,77	296,65
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-02-26	1785,4	593,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-02-27	1992,65	679,15
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-02-28	507,27	198,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-01	1976,5	670,65
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-02	825,37	281,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-03	1805	581,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-06	1866	617,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-13	849,06	308,55
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-14	2295,4	832,15
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-15	980,86	355,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-16	1686,25	615,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-17	985,46	346,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-18	78,6	25,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-20	931,91	353,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-22	2045,85	719,95
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-23	942,91	352,75
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-25	1563,05	541,45
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-26	733,6	254,15
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-29	1736,75	594,15
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-04-01	823,66	272
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-04-03	2407,7	797,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-04-05	851,46	312,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-04-07	816,16	292,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-04-09	1904,3	524,22
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-04-11	885,36	321,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-04-13	1012,41	368,05
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-04-15	1420,87	415,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-05-15	871,56	304,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-05-16	930,11	334,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-05-20	922,66	315,75
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-05-21	945,16	330,65
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-05-22	1069,11	371,45
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-05-27	880,11	280,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-05-30	838,46	307,7
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-05-31	3150,05	963,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-06-02	3161,65	2003,85
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-06-05	2716,9	796,45
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-06-06	839,66	311,95
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-06-07	4779	1856,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-06-09	7174,8	3270
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-06-16	912,46	325,55
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-06-17	2055,85	595
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-06-18	2044,78	504,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-06-19	2099,85	605,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-06-20	7482,6	3311
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-06-22	5174,7	2357,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-07-07	9393	3092,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-07-08	1298,61	515,1

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-07-09	1680	527
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-07-10	782,41	249,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-07-28	933,16	337,45
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-07-29	944,16	332,25
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-07-31	4472,1	1953,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-08-02	1436,96	372,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-08-16	909,56	299,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-08-25	2674,99	783,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-08-28	933,41	296,65
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-08-30	2072,6	591,6
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-08-31	950,16	306,85
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-09-01	1057,2	359,55
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-09-02	5784	2683,45
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-09-03	4889,1	2078,21
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-09-05	5440,2	2425,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-09-06	1636,7	517,65
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-09-07	661,86	215,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-09-12	3561,94	952,85
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-09-13	772,91	254,15
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-09-14	4722,9	2224,45
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-09-15	1787,9	555,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-09-25	712,46	253,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-09-27	7620,6	367,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-09-29	2662,36	730,15
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-09-30	736,22	256,7
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-10-06	3704,54	1215,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-10-08	5788,5	2831,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-10-13	1645,5	527,24
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-10-20	3627,7	1075,25
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-10-21	726,7	257,55
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-10-23	4681,44	1354,05
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-10-24	6538,5	3053,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-10-25	768,3	238
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-10-31	4410,8	1388,75
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-11-01	5099,54	1651,55
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-11-02	769,05	234,6
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-11-24	4655,7	2255,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-11-25	4569,3	2174,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-11-26	2056,35	604,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-11-27	712,46	253,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-11-29	7620,6	367,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-12-01	2662,36	730,15
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-12-05	783,87	247,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-12-06	4655,7	2255,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-12-13	2662,36	730,15
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-12-20	736,22	256,7
PIARPUEZAN CAICEDO OSWALDO MARCELO	2008-01-29	1050,12	325
PIARPUEZAN CAICEDO OSWALDO	2008-01-30	1109,63	400

MARCELO			
PIARPUEZAN CAICEDO OSWALDO			
MARCELO	2008-01-31	1254,38	390
PIARPUEZAN CAICEDO OSWALDO			
MARCELO	2008-02-07	2003,28	600
PIARPUEZAN CAICEDO OSWALDO			
MARCELO	2008-02-10	2151,76	675
PIARPUEZAN CAICEDO OSWALDO			
MARCELO	2008-02-12	2140,2	685
PIARPUEZAN CAICEDO OSWALDO			
MARCELO	2008-02-13	945,98	300
PIARPUEZAN CAICEDO OSWALDO			
MARCELO	2008-02-14	2259,5	690
PROTROPIC CIA. LTDA. (PRODUCTOS TROPICALES)			
PROTROPIC CIA. LTDA. (PRODUCTOS TROPICALES)	2008-04-19	33357	15455,4
PROTROPIC CIA. LTDA. (PRODUCTOS TROPICALES)			
PROTROPIC CIA. LTDA. (PRODUCTOS TROPICALES)	2008-08-29	35505	15465,6
PROTROPIC CIA. LTDA. (PRODUCTOS TROPICALES)			
PROTROPIC CIA. LTDA. (PRODUCTOS TROPICALES)	2008-10-18	40023	15465,6
TERRAFRESCO S.A.			
TERRAFRESCO S.A.	2008-04-28	265	75
TERRAFRESCO S.A.	2008-05-07	177	62
TERRAFRESCO S.A.	2008-05-25	5684	870
TERRAFRESCO S.A.	2008-05-28	14580	3645
TERRAFRESCO S.A.	2008-05-29	5684	870
TERRAFRESCO S.A.	2008-06-03	19140	6110,46
TERRAFRESCO S.A.	2008-06-08	5684	914
TERRAFRESCO S.A.	2008-06-10	6060	960
TERRAFRESCO S.A.	2008-06-11	9650	1580
TERRAFRESCO S.A.	2008-07-15	14040	4977,6
TERRAFRESCO S.A.	2008-07-19	10935	4605
TERRAFRESCO S.A.	2008-07-25	13905	5353,4
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO			
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2008-01-27	2216,4	1060,65
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO			
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2008-02-04	3528,7	919,4
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO			
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2008-02-06	3679	938,05
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO			
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2008-02-20	1538,2	493,85
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO			
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2008-02-23	1263,3	395,25
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO			
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2008-02-25	1884,85	572,05
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO			
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2008-02-29	1595,7	551,65
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO			
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2008-03-04	1938,35	973,15
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO			
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2008-03-05	1930,3	592,45
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO			
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2008-03-08	1849,5	577,15
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO			
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2008-03-24	1608,3	491,3
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO			
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2008-03-27	1469,7	444,55

FRANCISCO			
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2008-03-28	1339,4	523,3
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2008-03-30	1450,7	444,07
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2008-03-31	1228,6	368,9

Fuente: COBUS GROUP

Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

ANEXO 9

FOB USD Y KGS NETOS DE LA UVILLA AÑO 2009

NOMBRE COMERCIAL	FECHA DESPACHO	TOTAL FOB U\$S	TOTAL KGS NETO
AGROEXPORT	2009-10-25	1677,3	472,5
AGROEXPORT	2009-11-08	1798,3	546,4
AGROEXPORT	2009-11-16	1411	369
AGROEXPORT	2009-11-22	1700,55	623,7
AGROEXPORT	2009-11-26	1774,4	539
AGROEXPORT	2009-12-03	2139,25	522,87
AGROEXPORT	2009-12-10	2713,95	828,3
AGROEXPORT	2009-12-19	3680,6	1326,7
AGROEXPORT	2009-12-24	2625	747,86
AGUILAR ANRANGO JOSE REMIGIO	2009-08-17	330,6	300
EQUINOX BUSSINESS LIMITED	2009-02-04	839,6	300
EQUINOX BUSSINESS LIMITED	2009-04-29	7560	2700
EQUINOX BUSSINESS LIMITED	2009-06-08	10398,5	4188
EQUINOX BUSSINESS LIMITED	2009-07-03	43001,92	8485
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-01-12	953,16	291,55
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-02-18	1018,36	331,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-02-26	1106,61	349,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-04-02	1233,77	414,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-04-02	1082,49	351,05
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-04-07	1166,87	408
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-04-15	2675,75	874,65
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-04-16	1138,5	398,65
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-04-16	1044,82	378,25
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-04-21	3281,05	1161,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-04-29	3448,45	1173
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-04-29	969,01	345,95
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-05-09	999,96	346,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-05-11	2150,45	744,6
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-05-18	1703,15	582,25
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-05-19	2605,5	853,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-05-25	2466,5	791,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-06-08	2391,75	786,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-06-09	967,02	348,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-06-14	1986,4	686,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-06-17	741,77	253,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-06-17	1507,05	482,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-06-18	1778,5	583,1

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-06-22	749,27	253,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-06-24	2405	752,25
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-06-24	826,77	296,65
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-07-07	1785,4	593,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-07-14	1992,65	679,15
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-07-17	507,27	198,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-07-23	1976,5	670,65
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-07-24	825,37	281,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-07-29	1805	581,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-08-09	1866	617,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-08-09	1424,15	469,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-08-11	763,17	263,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-08-11	799,52	283,05
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-08-19	849,06	308,55
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-08-27	2295,4	832,15
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-08-27	980,86	355,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-09-03	1686,25	615,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-09-04	985,46	346,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-09-08	78,6	25,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-09-09	931,91	353,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-09-18	2045,85	719,95
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-09-18	942,91	352,75
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-09-19	1563,05	541,45
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-09-21	733,6	254,15
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-10-03	1736,75	594,15
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-10-21	823,66	272
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-11-05	2407,7	797,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-11-08	851,46	312,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-11-18	816,16	292,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-11-22	1904,3	524,22
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-12-02	885,36	321,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-12-03	1012,41	368,05
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-12-12	1420,87	415,35
ISABELLE FRUITS	2009-05-21	39905	5500
PIARPUEZAN CAICEDO OSWALDO MARCELO	2009-05-14	1050	325
PIARPUEZAN CAICEDO OSWALDO MARCELO	2009-05-14	1109,63	400
PIARPUEZAN CAICEDO OSWALDO MARCELO	2009-05-15	1254,38	390
PIARPUEZAN CAICEDO OSWALDO MARCELO	2009-05-26	2003,28	600
PIARPUEZAN CAICEDO OSWALDO MARCELO	2009-06-08	2151,76	675
PIARPUEZAN CAICEDO OSWALDO MARCELO	2009-06-09	2140,2	685
PIARPUEZAN CAICEDO OSWALDO MARCELO	2009-06-10	945,98	300
PIARPUEZAN CAICEDO OSWALDO MARCELO	2009-06-11	2259,5	690
PROTROPIC CIA. LTDA. (PRODUCTOS TROPICALES)	2009-12-31	33357	15455,4
WORLDFOODS S.A.	2009-12-30	85869,18	25874,85
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2009-05-09	2216,4	760,65
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2009-05-22	2528,7	819,4
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2009-05-25	1679	538,05
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2009-06-23	1538,2	493,85
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2009-06-24	1263,3	395,25
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2009-07-03	1884,85	572,05

ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2009-07-21	1595,7	551,65
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2009-08-06	1168,35	373,15
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2009-08-06	1930,3	592,45
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2009-08-09	1849,5	577,15
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2009-08-18	1765,3	485,35
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2009-09-08	1562	473,45
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2009-09-15	1497	468,35
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2009-09-18	1608,3	491,3
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2009-09-30	1469,7	444,55
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2009-10-01	1339,4	423,3
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2009-10-13	1450,7	430,1
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2009-10-14	1228,6	368,9

Fuente: COBUS GROUP
Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

ANEXO 10 FOB USD Y KGS NETOS DE LA UVILLA AÑO 2010

NOMBRE COMERCIAL	FECHA DESPACHO	TOTAL FOB U\$S	TOTAL KGS NETO
AGROEXPORT	2010-01-07	2374,7	654,6
AGROEXPORT	2010-01-17	1861,5	507,8
AGROEXPORT	2010-01-24	2138,6	574,7
AGROEXPORT	2010-02-07	1834,74	515,54
AGROEXPORT	2010-02-09	1744,3	546,8
AGROEXPORT	2010-02-20	1967,21	703,8
AGROEXPORT	2010-02-21	2723,55	865,9
AGROEXPORT	2010-03-08	3511,65	1250,49
AGROEXPORT	2010-03-20	2111,64	706,55
AGROEXPORT	2010-03-29	2991,38	997,4
AGROEXPORT	2010-04-01	2668,7	744,6
AGROEXPORT	2010-04-01	2398,98	670,55
AGROEXPORT	2010-04-21	2963,7	813,7
AGROEXPORT	2010-04-22	2901,5	820,4
AGROEXPORT	2010-04-30	2250	647,1
AGROEXPORT	2010-05-13	2888,77	778,95
AGROEXPORT	2010-05-18	3015,36	784,56
AGROEXPORT	2010-06-02	2773,35	653,16
AGROEXPORT	2010-06-02	2414,01	609,05
AGROEXPORT	2010-06-02	2615,35	658,82
AGROEXPORT	2010-06-11	2562,95	635,6
AGROEXPORT	2010-06-18	2700,95	663,1
AGROEXPORT	2010-06-30	2944,01	736,14
AGROEXPORT	2010-07-08	3472,75	879,19
AGROEXPORT	2010-07-09	3143,55	791,7
AGROEXPORT	2010-07-20	3871,2	1493,9
AGROEXPORT	2010-07-21	3423,7	945,9
AGROEXPORT	2010-08-06	1877,6	691,2
AGROEXPORT	2010-08-24	3342,2	914,85
AGROEXPORT	2010-08-24	3971,59	1101,69

AGROEXPORT	2010-08-27	4026,41	1181,47
AGROEXPORT	2010-09-02	4162,55	1225
AGROEXPORT	2010-09-10	4260,45	1151,68
AGROEXPORT	2010-09-21	4178,5	1152,6
AGROEXPORT	2010-10-04	3449,9	984
AGROEXPORT	2010-10-05	4936,68	1407,61
AGROEXPORT	2010-10-11	2670,25	748,5
AGROEXPORT	2010-10-19	2933	796
AGROEXPORT	2010-10-19	2497,92	716,94
AGROEXPORT	2010-10-28	3182,55	854,4
AGROEXPORT	2010-10-30	5515,05	1464,56
AGROEXPORT	2010-11-10	8652,87	2271,4
BASABE LOPEZ RENATA ROSITA	2010-06-09	1241,12	720,4
BASABE LOPEZ RENATA ROSITA	2010-12-10	860,2	537,1
BIOLCOM CIA. LTDA	2010-09-13	8700	1000
BIOLCOM CIA. LTDA	2010-09-13	4350	500
BIOLCOM CIA. LTDA	2010-10-19	5445	495
ECOFINSA	2010-06-02	3900,03	655
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-01-08	742,06	292,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-01-17	2604,5	819,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-01-24	2115,9	736,95
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-01-24	1037,16	351,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-01-31	951,86	328,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-02-07	26	84,15
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-02-07	918,06	317,05
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-02-20	1001,76	338,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-02-21	955,61	333,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-03-02	954,46	332,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-03-09	1151,76	387,6
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-03-20	1071,47	365,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-03-22	1044,47	349,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-03-22	1004,36	340
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-03-27	871,56	304,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-03-27	930,11	334,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-04-01	922,66	315,75
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-04-13	945,16	330,65
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-04-17	1069,11	371,45
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-04-30	880,11	280,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-05-11	838,46	307,7
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-05-12	3150,05	963,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-05-13	3161,65	1003,85
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-05-18	2716,9	796,45
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-05-18	839,66	311,95
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-05-19	4779	1856,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-05-31	7174,8	3270
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-06-02	912,46	325,55
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-06-02	2055,85	595
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-06-02	2044,78	504,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-06-02	2099,85	605,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-06-04	7482,6	3311

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-06-10	5174,7	2357,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-06-11	1851,45	544,85
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-06-21	6184,8	2371,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-06-21	2268,65	683,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-06-30	7091,2	2441,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-06-30	1835,6	544,85
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-06-30	786,56	263,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-07-06	9393	3092,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-07-06	1298,61	515,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-07-06	1680	527
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-07-06	782,41	249,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-07-07	6562,5	2480,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-07-13	1871,25	587,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-07-15	772,61	258,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-07-15	6996,6	2746,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-07-21	1630,5	511,7
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-07-21	809,46	277,95
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-07-21	1430,45	414,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-07-28	5244,6	2388,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-07-28	4790,4	2334,95
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-07-28	933,16	337,45
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-07-29	944,16	332,25
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-08-05	4472,1	1953,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-08-06	1436,96	372,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-08-11	859,31	300,05
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-08-12	4698,6	2092,7
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-08-12	1527,5	442,85
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-08-12	1915,76	558,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-08-22	798,61	284,75
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-08-22	3579,6	1377
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-08-22	2226,79	651,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-08-26	878,96	280,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-08-26	3860,1	1354,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-08-27	909,56	299,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-08-27	2607,8	770,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-09-01	2420,1	1046,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-09-01	2946,16	945,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-09-01	854,76	294,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-09-10	1336,39	681,7
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-09-10	2674,99	783,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-09-14	933,41	296,65
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-09-18	2072,6	591,6
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-09-18	950,16	306,85
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-09-18	1057,2	359,55
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-09-18	5784	2683,45
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-09-20	4889,1	2078,21
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-09-28	5440,2	2425,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-09-29	1636,7	517,65
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-09-29	661,86	215,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-10-11	3561,94	952,85

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-10-11	772,91	254,15
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-10-11	4722,9	2224,45
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-10-12	1787,9	555,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-10-13	2449,25	725,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-10-13	739,91	248,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-10-19	783,87	247,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-10-20	4655,7	2255,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-10-20	4569,3	2174,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-10-21	2056,35	604,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-10-27	712,46	253,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-10-29	7620,6	367,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-09	2662,36	730,15
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-09	736,22	256,7
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-10	792,47	272
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-10	8582,8	4523,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-15	6053,4	2873,85
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-15	1733,4	552,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-16	3704,54	1215,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-23	5788,5	2831,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-23	6474,58	1825,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-23	6595,8	1812,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-23	717,35	237,15
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-23	6621	3057,45
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-23	1645,5	527,24
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-23	7550,22	2213,04
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-23	788,75	250,75
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-24	781,47	260,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-30	2220,6	687,65
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-12-01	5563,2	2508,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-12-09	3627,7	1075,25
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-12-09	726,7	257,55
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-12-10	4681,44	1354,05
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-12-14	6538,5	3053,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-12-17	768,3	238
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-12-18	772,3	272,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-12-18	9366	4420
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-12-18	3394,37	969
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-12-23	8765,1	4136,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-12-23	4410,8	1388,75
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-12-23	5099,54	1651,55
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-12-29	769,05	234,6
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-12-29	7246,8	3477,35
PROTROPIC CIA. LTDA. (PRODUCTOS TROPICALES)	2010-06-15	38963,9	15465,6
PROTROPIC CIA. LTDA. (PRODUCTOS TROPICALES)	2010-07-15	38703,9	15465,6
PROTROPIC CIA. LTDA. (PRODUCTOS TROPICALES)	2010-07-29	33396,25	15465,6
PROTROPIC CIA. LTDA. (PRODUCTOS TROPICALES)	2010-08-14	35596,65	15465,6
PROTROPIC CIA. LTDA. (PRODUCTOS TROPICALES)	2010-09-02	34398,7	15465,6
PROTROPIC CIA. LTDA. (PRODUCTOS TROPICALES)	2010-09-15	35505	15465,6
PROTROPIC CIA. LTDA. (PRODUCTOS TROPICALES)	2010-10-07	35334,9	15465,6
PROTROPIC CIA. LTDA. (PRODUCTOS TROPICALES)	2010-11-20	38898,9	15465,6

PROTROPIC CIA. LTDA. (PRODUCTOS TROPICALES)	2010-11-30	40023	15465,6
TERRA EQUA	2010-12-17	1320	528
TERRAFRESCO S.A.	2010-02-02	225	75
TERRAFRESCO S.A.	2010-02-23	177,6	62
TERRAFRESCO S.A.	2010-04-27	5684	870
TERRAFRESCO S.A.	2010-05-03	14580	3645
TERRAFRESCO S.A.	2010-05-06	5684	870
TERRAFRESCO S.A.	2010-05-14	19140	4110,46
TERRAFRESCO S.A.	2010-05-21	5684	914
TERRAFRESCO S.A.	2010-06-01	6060	960
TERRAFRESCO S.A.	2010-06-01	6060	945
TERRAFRESCO S.A.	2010-06-10	6060	945
TERRAFRESCO S.A.	2010-06-14	20010	3999,1
TERRAFRESCO S.A.	2010-07-01	54120	7591,06
TERRAFRESCO S.A.	2010-07-02	6060	945
TERRAFRESCO S.A.	2010-07-14	14040	2977,6
TERRAFRESCO S.A.	2010-07-16	10935	2605
TERRAFRESCO S.A.	2010-07-22	13905	3353,4

ANEXO 11
FOB USD Y KGS NETOS DE LA UVILLA AÑO 2011

NOMBRE COMERCIAL	FECHA DESPACHO	TOTAL FOB U\$S	TOTAL KGS NETO
BIOLCOM CIA. LTDA	2011-06-15	9750	1000
FRUTEC	2011-07-21	1450	450
FRUTEC	2011-08-06	1600	475
FRUTEC	2011-08-22	3775	100
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-01-07	2288,92	693,6
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-01-07	1851,67	365,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-01-07	2754,31	813,45
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-01-07	8739,9	4158,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-01-07	5488,92	1614,15
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-01-17	1036,3	330,65
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-01-19	2482,2	940,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-01-20	3482,18	980,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-01-21	2667,59	827,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-01-23	824,15	266,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-01-27	870,25	291,55
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-01-27	9489,6	4414,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-01-31	4459,38	1224
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-01-31	952,75	323
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-01-31	6535,6	2487,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-02-04	5051,78	1541,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-02-06	1063,45	349,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-02-06	9351,9	4153,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-02-17	3288,51	955,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-02-18	1039,65	338,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-02-23	6631	2875,55
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-02-23	23	67,15
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-02-26	6049,18	1955
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-02-26	5192,04	1535,95
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-02-26	6803,4	2936

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-03-02	1660,45	430,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-03-05	6004,88	1796,05
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-03-10	1002,7	345,95
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-03-10	1062,1	380,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-03-17	1210,15	351,05
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-03-17	4800,03	1428
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-03-17	6813	341,7
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-03-20	4327,45	1159,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-03-29	4394,41	1303,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-03-29	7333	3510,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-03-29	1182,35	314,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-03-30	191,12	52,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-03-30	1120,34	348,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-03-31	7956	3842
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-12	6331,7	1939,7
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-12	883,55	289,08
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-12	2459,32	766,15
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-12	4465,8	2146,25
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-18	4798,23	1425,45
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-18	1141,4	322,15
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-19	6413,4	3095,7
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-19	2590,18	791
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-19	3887,59	1194,25
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-19	983,05	314,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-23	2681	868,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-23	5027,68	1365,95
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-23	9224,1	4527,95
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-23	583,35	170,85
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-28	915,1	293,25
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-01	3140,9	1037,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-02	2234	810,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-02	950,8	311,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-03	5823,6	1546,15
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-03	2542,6	700,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-03	2513,6	860,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-03	5338,95	1497,7
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-11	5102,4	2410,6
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-12	835,55	282,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-12	2465,55	412,25
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-12	5274,65	1445
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-13	2876,36	888,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-23	837,4	265,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-23	5029	1548,7
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-23	2598,56	861,6
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-23	5437,05	1599,7
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-06-07	1058,35	281,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-06-07	5065,95	1521,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-06-07	1932,13	763,7
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-06-07	1080,69	310,25
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-06-08	2674,69	833,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-06-08	5626	1694,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-06-14	2543,56	828,94
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-06-14	7826,7	3672
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-06-15	5213,78	1637,95
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-06-23	6876,75	3060
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-06-23	3676,45	1190,85

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-06-24	6269	2606,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-06-26	2177,8	700
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-06-26	2361,5	743,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-07-02	6237,5	2500,7
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-07-03	2317,72	699,77
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-07-13	5104,04	1501,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-07-13	6878,99	1999,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-07-14	895,65	280,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-07-14	8350,7	3496,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-07-14	5996,28	1721,25
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-07-18	2547,08	831,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-07-25	913,3	279,65
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-07-25	1712,01	518,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-07-25	1760,6	899,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-07-27	7511,1	3342,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-07-28	2492,18	795,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-07-29	5853,69	1513,05
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-08-02	4905,46	1396,55
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-08-02	1066,55	283,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-08-02	8495,1	3598,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-08-03	3826,2	1156,85
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-08-04	830,1	254,15
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-08-04	7764	2793,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-08-10	4548,67	1324,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-08-10	775,9	238
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-08-15	9255,3	3544,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-08-25	4136,1	1195,95
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-08-25	927,3	258,69
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-08-25	4067,65	1249,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-03	7002,3	2760,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-03	919,45	281,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-05	5950,3	2420,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-05	4937,6	1518,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-05	854,85	272
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-07	7526,1	3420,6
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-09	186,4	56,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-11	5383,4	1518,95
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-11	851,75	253,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-11	6214,2	2640,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-19	911,2	258,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-19	7244,8	3054,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-21	883	252,45
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-21	5647,81	1596,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-21	4976,89	1503,69
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-26	4838,18	1499,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-26	1758,73	708,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-26	9694,65	4054,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-10-06	779,45	236,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-10-06	2195,47	549,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-10-06	8680,65	3542,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-10-06	3126,28	967,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-10-17	877	266,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-10-18	10441,2	4190,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-10-18	5901,9	1621,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-10-19	808,5	245,65
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-10-19	13740,7	5608,3

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-10-19	2360,76	848,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-02	5855,51	1826,65
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-02	911,6	298,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-07	17622	10372,88
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-10	6789,36	2040,85
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-10	831,6	279,65
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-10	6534,95	2014,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-10		
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-10	10588,25	3935,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-10	5017,32	1591,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-17	934,4	289
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-17	6516,1	2004,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-20	629,62	182,75
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-20	5747,66	1683
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-20	9954	3393,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-21	849	268,6
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-22	6064,9	1768,85
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-05	5757,7	1727,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-05	3050,46	958,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-05	752,95	256,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-05	5694,7	1785
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-05	7570,7	2839
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-05	6704,13	2040,85
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-05	1793,5	324,7
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-07	10887,64	4243,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-09	8135,85	2525,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-13	831,8	262,48
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-13	786,4	230,83
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-13	11457,35	4027,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-15	4021,7	1255,45
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-20	9536,5	3326,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-21	804,5	239,36
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-26	7675,75	2470,95
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-27	4224,14	1145,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-27	9139,6	3202,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-28	9609,7	4527,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-29	5574,7	1814,75
GLOBALCAFE S.A.	2011-08-31	6504,3	730
NATIVES WORLD	2011-08-26	577,9	600
TERRA EQUA	2011-01-06	1530	612
TERRA EQUA	2011-01-07	1620	648
TERRA EQUA	2011-12-14	7649,46	1080
TERRA EQUA	2011-12-28	8533,07	1080
TERRAFERTIL S.A.	2011-05-23	550	454,1
TERRAFRESCO S.A.	2011-09-30	2835	462
TERRAFRESCO S.A.	2011-10-18	2835	462
TERRAFRESCO S.A.	2011-10-20	2835	462
TERRAFRESCO S.A.	2011-11-30	2835	462
TERRAFRESCO S.A.	2011-12-12	29460	6234
TERRAFRESCO S.A.	2011-12-16	2835	462
TERRAFRESCO S.A.	2011-12-29	8505	1386
TERRAFRESCO S.A.	2011-12-29	2835	462

Fuente: COBUS GROUP
Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

ANEXO 12
FOB USD Y KGS NETOS DE LA UVILLA AÑO 2012

NOMBRE COMERCIAL	FECHA DESPACHO	TOTAL FOB U\$S	TOTAL KGS NETO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-04	9545,35	3745,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-04	2763,3	795,6
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-10	3624,9	1281,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-10	385,2	107,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-12	3829,4	1222,6
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-13	627,65	182,75
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-15	7977,6	3010,73
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-24	6484,03	1867,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-24	6647,4	2516,1
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-26	5634,65	1694,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-29	5780,4	1753,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-31	9448,9	3779,46
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-31	713,9	221,85
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-31	668,14	190,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-02-04	739,23	223,55
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-02-06	14868,7	4879,66
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-02-09	16	49,22
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-02-10	4658,3	1345,7
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-02-12	664	220,15
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-02-14	11387,8	4517,46
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-02-21	2523,5	810,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-02-25	4397,23	1345,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-02-25	6299,95	2006,56
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-02-25	421,75	123,25
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-02-29	3401,46	1024,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-02-29	659,4	195,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-03-02	2145,6	588,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-03-14	657,25	192,95
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-03-14	9088,1	3522,54
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-03-14	2197,35	683,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-03-19	1887,4	615
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-03-19	5238,7	2154,46
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-03-28	4075,1	1118,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-03-29	7117,9	2670,63
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-03-29	673,1	180,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-03-30	4423,15	1348,3
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-03-30		
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-03-31	2648,5	766,6
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-03-31	619,73	183,6
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-04-02	2490	677
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-04-02	7238,4	3144
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-04-14	641,5	188,7
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-04-15	3661,15	1042,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-04-15	585,4	142,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-04-15	4097,75	1155
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-04-15	11474,4	4885,92

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-04-17	1552,6	548,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-04-22	452,75	121,55
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-04-22	9759,1	4043,43
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-04-27	402,25	120,7
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-04-28	5491,9	1529,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-05-04	8514,7	3763,35
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-05-11	458,55	148
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-05-11	415	120
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-05-15	935,25	198
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-05-16	4646,76	1500
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-06-06	416,98	110
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-06-07	342,4	90
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-06-11	7752,75	1597,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-06-13	262,6	90
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-06-13	3084,6	873,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-06-13	4891,7	1321
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-06-13	269,92	135
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-06-14	3996,68	1238,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-06-15	4109,48	1121,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-06-18	312,2	95
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-06-26	5482,1	1616
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-06-26	3629,3	1021
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-06-27	297,95	80
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-06-27	5081,45	1246,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-06-27	6069,84	2493,36
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-03	5792,3	1521
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-04	8290,54	3594,82
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-04	4312,2	1074
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-04	8	28,6
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-13	6944,23	2850,81
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-16	314	80
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-16	395,75	120
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-17	409	120
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-17	5004,7	1500
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-17	5587,4	2586
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-18	5419,14	2184
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-19	340,55	120
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-23	1801,75	708
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-23	1087	392,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-23	6592,71	1839,6
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-23	326,2	100
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-23	12108,53	5371,77
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-08-02	5331,7	1606
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-08-02	1162	395
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-08-02	381,25	100
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-08-07	6085,1	1666,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-08-21	338,4	100
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-09-04	344,49	100
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-09-05	346,1	100
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-09-05	2978,1	1043

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-09-06	318,85	100
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-09-07	5045,4	1367
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-09-07	3902,3	1196,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-09-19	30	92,6
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-09-19	2056,04	724
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-09-19	1935,06	602,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-09-28	325,8	90
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-09-28	4934,6	1393,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-09-28	341,3	90
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-09	1505,74	453
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-09	1080,63	333
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-09	1362,25	484,75
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-09	241,05	60
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-09	4476,13	1352,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-10	206,3	85,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-10	338,73	100
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-27	5334,4	1572,5
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-27	372,84	100
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-29	4005,1	982,8
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-29	181,85	83,7
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-29	3663,65	1365
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-29	755,44	250
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-29	989,83	422
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-29	78	106,2
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-29	10337,33	3742,4
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-29	263	81,6
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-29	6304,71	1831,9
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-30	476,02	100
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-31	462,74	100
QUIÑONEZ FUENTES WILSON JULIAN	2012-01-09	2000	2511
TERRA EQUA	2012-01-31	5676	1120
TERRA EQUA	2012-01-31	6188	1120
TERRA EQUA	2012-02-13	6283,2	1120
TERRA EQUA	2012-02-14	7854	1400
TERRA EQUA	2012-02-24	7326	1400
TERRA EQUA	2012-04-04	9204	1680
TERRA EQUA	2012-04-04	10968,1	2002
TERRA EQUA	2012-04-04	10968,1	2002
TERRAFERTIL S.A.	2012-07-04	2430	478,8
TERRAFERTIL S.A.	2012-07-19	2430,03	466,45
TERRAFERTIL S.A.	2012-07-24	4266,66	476,9
TERRAFERTIL S.A.	2012-08-02	4276,19	485,45
TERRAFERTIL S.A.	2012-08-08	2430	486,4
TERRAFERTIL S.A.	2012-10-08	4293,03	510
TERRAFERTIL S.A.	2012-10-11	2835	571,9
TERRAFERTIL S.A.	2012-10-18	2835	496,85
TERRAFERTIL S.A.	2012-10-18	2835	562,4
TERRAFRESCO S.A.	2012-01-07	2835	462
TERRAFRESCO S.A.	2012-01-18	2835	462
TERRAFRESCO S.A.	2012-01-26	2835	462

TERRAFRESCO S.A.	2012-02-24	2835	547,2
TERRAFRESCO S.A.	2012-02-28	5670	924
TERRAFRESCO S.A.	2012-03-07	5670	1083
TERRAFRESCO S.A.	2012-04-17	30877	6976,2
TERRAFRESCO S.A.	2012-04-19	30877	6976,2
TERRAFRESCO S.A.	2012-04-27	14256	3261,6
TERRAFRESCO S.A.	2012-05-03	30877	6976,2
WITHER CASTRO VICTORIA EUGENIA	2012-02-10	873	343,4

Fuente: COBUS GROUP

Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

ANEXO 13

TOTAL FOB USD Y KGS NETOS DE LA UVILLA (2007-2012)

NOMBRE COMERCIAL	TOTAL FOB U\$S	TOTAL KGS NETO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2671451,74	936996,82
PROTROPIC CIA. LTDA.	473063,2	201032,4
TERRAFRESCO S.A.	653990,96	148431,68
AGROEXPORT	258322,39	76922,44
WORLDFOODS S.A.	85869,18	25874,85
TERRA EQUA	102699,96	21406,6
EQUINOX BUSSINESS LIMITED	123600,04	31346
ZALDUMBIDE HERNAN FRANCISCO	58096,3	18604,72
ISABELLE FRUITS	39905	5500
TERRAFERTIL S.A.	49227,91	7458,25
DEMÁS EMPRESAS	72111,68	18032,85
TOTAL	4588338,36	1491606,61

Fuente: COBUS GROUP

Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

ANEXO 14

PAÍSES DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE LA UVILLA (2007-2012)

NOMBRE COMERCIAL	FECHA DESPACHO	PAIS DESTINO
BIOLCOM CIA. LTDA	2007-01-15	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTEC	2007-01-16	ANTILLES
		NETHERLANDS
TERRA EQUA	2007-01-17	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-01-18	UNITED STATES
TERRA EQUA	2007-01-19	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-01-20	CANADA
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-01-21	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-01-22	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-01-23	GERMANY
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-01-24	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-01-25	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-01-26	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-01-27	CANADA
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-01-28	NO ESPECIFICADO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-01-29	SPAIN

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-01-30	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-01-31	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-01	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-02	UNITED STATES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-02	UNITED STATES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-10	CANADA
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-11	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-12	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-13	GERMANY
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-14	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-15	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-16	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-17	CANADA
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-18	NO ESPECIFICADO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-19	NO ESPECIFICADO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-20	NO ESPECIFICADO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-21	NO ESPECIFICADO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-22	NO ESPECIFICADO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-23	NO ESPECIFICADO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-24	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-25	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-26	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-27	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-02-28	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-01	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-01	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-02	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-03	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-03	CANADA
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-04	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-05	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-05	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-06	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-07	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-08	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-08	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-09	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-09	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-10	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-11	ITALY
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-12	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-12	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-13	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-14	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-23	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-23	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-24	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-25	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-26	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-26	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-27	NETHERLANDS
TERRAFERTIL S.A.	2007-03-27	ANTILLES

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-28	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-29	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-30	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-03-31	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-01	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-02	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-03	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-04	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-05	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-06	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-07	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-08	ANTILLES
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-09	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-10	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-11	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-12	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-13	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-14	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-15	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-16	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-17	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-18	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-19	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-20	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-04-21	ANTILLES
FRUTEC	2007-05-04	SPAIN
FRUTEC	2007-05-08	UNITED STATES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-10	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-11	SPAIN
NATIVES WORLD	2007-05-12	NO ESPECIFICADO
GLOBALCAFE S.A.	2007-05-13	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-14	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-15	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-16	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-17	ANTILLES
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-18	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-19	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-20	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-21	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-22	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-23	ANTILLES

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-24	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-25	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-26	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-27	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-28	ITALY
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-29	CANADA
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-30	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-05-31	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-02	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-03	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-04	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-05	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-06	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-08	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-09	GERMANY
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-10	GERMANY
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-11	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-12	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-14	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-15	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-16	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-17	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-18	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-19	GERMANY
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-20	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-06-21	SPAIN
TERRAFRESCO S.A.	2007-06-30	CANADA
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-08	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-09	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-11	ANTILLES
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-12	ANTILLES
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-13	ANTILLES
TERRA EQUA	2007-07-14	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-15	ANTILLES
TERRAFRESCO S.A.	2007-07-16	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-17	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-18	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-19	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-20	SPAIN

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-21	NETHERLANDS
TERRA EQUA	2007-07-22	ANTILLES
		SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-23	ANTILLES
TERRAFRESCO S.A.	2007-07-24	FRANCE
TERRAFRESCO S.A.	2007-07-25	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-26	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-27	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-28	SPAIN
TERRAFRESCO S.A.	2007-07-29	SPAIN
QUÍÑONEZ FUENTES WILSON JULIAN	2007-07-30	CANADA
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-07-31	UNITED KINGDOM
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-08-01	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-08-02	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-08-03	NO ESPECIFICADO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-08-04	UNITED KINGDOM
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-08-06	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-08-07	SPAIN
TERRAFRESCO S.A.	2007-08-08	AUSTRALIA
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-08-09	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-08-10	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-08-11	NO ESPECIFICADO
TERRA EQUA	2007-08-13	SPAIN
		NETHERLANDS
TERRA EQUA	2007-08-14	ANTILLES
WITHER CASTRO VICTORIA EUGENIA	2007-08-19	FRANCE
TERRAFRESCO S.A.	2007-08-26	SWITZERLAND
		NETHERLANDS
TERRAFRESCO S.A.	2007-08-31	ANTILLES
TERRAFRESCO S.A.	2007-09-04	CANADA
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-09	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-10	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-11	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-12	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-13	UNITED KINGDOM
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-15	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-16	UNITED KINGDOM
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-17	UNITED KINGDOM
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-18	SPAIN
TERRA EQUA	2007-09-21	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-22	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-23	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-24	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-25	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-26	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-27	SPAIN

TERRAFRESCO S.A.	2007-09-28	SPAIN
		NETHERLANDS
TERRAFRESCO S.A.	2007-09-29	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-09-30	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-01	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-02	NO ESPECIFICADO
TERRAFRESCO S.A.	2007-10-03	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-04	UNITED KINGDOM
TERRAFRESCO S.A.	2007-10-05	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-06	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-07	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-08	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-09	NO ESPECIFICADO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-10	CANADA
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-11	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-12	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-13	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-20	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-21	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-22	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-23	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-24	NO ESPECIFICADO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-25	UNITED KINGDOM
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-26	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-27	GERMANY
TERRAFERTIL S.A.	2007-10-28	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-29	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-30	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-10-31	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-11-01	SPAIN
TERRAFERTIL S.A.	2007-11-08	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-11-16	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-11-18	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-11-19	NO ESPECIFICADO
TERRAFERTIL S.A.	2007-11-20	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-11-21	CANADA
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-11-22	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-11-23	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-11-24	NO ESPECIFICADO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-11-25	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-11-26	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-11-27	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-11-28	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-11-29	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-11-30	NO ESPECIFICADO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-12-01	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-12-02	FRANCE

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-12-03	NETHERLANDS
TERRAFERTIL S.A.	2007-12-04	ANTILLES
		SPAIN
		NETHERLANDS
TERRAFERTIL S.A.	2007-12-14	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-12-21	CANADA
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-12-22	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-12-23	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-12-24	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-12-25	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-12-26	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2007-12-27	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-01-12	FRANCE
EQUINOX BUSSINESS LIMITED	2008-01-13	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-01-14	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-01-15	SPAIN
EQUINOX BUSSINESS LIMITED	2008-01-23	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-01-24	ANTILLES
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-01-25	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-01-26	CANADA
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2008-01-27	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-01-28	SPAIN
PIARPUEZAN CAICEDO OSWALDO MARCELO	2008-01-29	SPAIN
PIARPUEZAN CAICEDO OSWALDO MARCELO	2008-01-30	INDONESIA
PIARPUEZAN CAICEDO OSWALDO MARCELO	2008-01-31	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-02-01	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-02-02	SPAIN
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2008-02-04	GERMANY
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-02-05	ANTILLES
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2008-02-06	CANADA
PIARPUEZAN CAICEDO OSWALDO MARCELO	2008-02-07	SPAIN
EQUINOX BUSSINESS LIMITED	2008-02-08	SPAIN
		NETHERLANDS
PIARPUEZAN CAICEDO OSWALDO MARCELO	2008-02-10	ANTILLES
PIARPUEZAN CAICEDO OSWALDO MARCELO	2008-02-12	SPAIN
PIARPUEZAN CAICEDO OSWALDO MARCELO	2008-02-13	SPAIN
		NETHERLANDS
PIARPUEZAN CAICEDO OSWALDO MARCELO	2008-02-14	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-02-17	NO ESPECIFICADO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-02-18	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-02-19	FRANCE
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2008-02-20	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-02-21	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-02-22	ANTILLES
		NETHERLANDS
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2008-02-23	ANTILLES

EQUINOX BUSSINESS LIMITED	2008-02-24	NETHERLANDS
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2008-02-25	ANTILLES
		FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-02-26	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-02-27	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-02-28	SPAIN
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2008-02-29	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-01	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-02	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-03	SPAIN
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2008-03-04	SPAIN
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2008-03-05	GERMANY
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-06	ANTILLES
		NETHERLANDS
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2008-03-08	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-13	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-14	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-15	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-16	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-17	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-18	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-20	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-22	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-23	ANTILLES
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2008-03-24	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-25	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-26	SPAIN
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2008-03-27	SPAIN
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2008-03-28	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-03-29	SPAIN
		NETHERLANDS
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2008-03-30	ANTILLES
		NETHERLANDS
ZALDUMBIDE GARAICOA HERNAN FRANCISCO	2008-03-31	ANTILLES
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-04-01	ANTILLES
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-04-03	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-04-05	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-04-07	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-04-09	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-04-11	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-04-13	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-04-15	ANTILLES
AGROEXPORT	2008-04-17	SPAIN
PROTROPIC CIA. LTDA. (PRODUCTOS TROPICALES)	2008-04-19	SPAIN

AGROEXPORT	2008-04-20	FRANCE
AGROEXPORT	2008-04-22	SPAIN
		NETHERLANDS
AGROEXPORT	2008-04-24	ANTILLES
TERRAFRESCO S.A.	2008-04-28	FRANCE
AGROEXPORT	2008-04-29	SPAIN
AGROEXPORT	2008-05-02	SPAIN
AGROEXPORT	2008-05-03	CANADA
TERRAFRESCO S.A.	2008-05-07	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-05-15	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-05-16	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-05-20	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-05-21	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-05-22	GERMANY
AGROEXPORT	2008-05-24	SPAIN
TERRAFRESCO S.A.	2008-05-25	PAISES BAJOS
		NETHERLANDS
AGROEXPORT	2008-05-26	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-05-27	SPAIN
TERRAFRESCO S.A.	2008-05-28	PAISES BAJOS
TERRAFRESCO S.A.	2008-05-29	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-05-30	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-05-31	FRANCE
AGROEXPORT	2008-06-01	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-06-02	ANTILLES
		NETHERLANDS
TERRAFRESCO S.A.	2008-06-03	ANTILLES
AGROEXPORT	2008-06-04	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-06-05	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-06-06	ANTILLES
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-06-07	ANTILLES
		NETHERLANDS
TERRAFRESCO S.A.	2008-06-08	ANTILLES
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-06-09	ANTILLES
		NETHERLANDS
TERRAFRESCO S.A.	2008-06-10	ANTILLES
TERRAFRESCO S.A.	2008-06-11	SPAIN
AGROEXPORT	2008-06-12	SPAIN
AGROEXPORT	2008-06-13	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-06-16	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-06-17	NO ESPECIFICADO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-06-18	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-06-19	NO ESPECIFICADO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-06-20	NO ESPECIFICADO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-06-22	SPAIN
		NETHERLANDS
AGROEXPORT	2008-07-01	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-07-07	FRANCE

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-07-08	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-07-09	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-07-10	NO ESPECIFICADO
AGROEXPORT	2008-07-12	SPAIN
		SPAIN
AGROEXPORT	2008-07-13	NETHERLANDS
TERRAFRESCO S.A.	2008-07-15	ANTILLES
TERRAFRESCO S.A.	2008-07-19	FRANCE
		FRANCE
		NETHERLANDS
TERRAFRESCO S.A.	2008-07-25	ANTILLES
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-07-28	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-07-29	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-07-31	NO ESPECIFICADO
AGROEXPORT	2008-08-01	GERMANY
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-08-02	ANTILLES
AGROEXPORT	2008-08-11	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-08-16	FRANCE
AGROEXPORT	2008-08-23	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-08-25	SPAIN
BIOLCOM CIA. LTDA	2008-08-26	FRANCE
BIOLCOM CIA. LTDA	2008-08-27	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-08-28	SPAIN
PROTROPIC CIA. LTDA. (PRODUCTOS TROPICALES)	2008-08-29	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-08-30	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-08-31	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-09-01	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-09-02	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-09-03	SPAIN
AGROEXPORT	2008-09-04	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-09-05	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-09-06	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-09-07	ANTILLES
AGROEXPORT	2008-09-08	SPAIN
		NETHERLANDS
AGROEXPORT	2008-09-09	ANTILLES
AGROEXPORT	2008-09-11	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-09-12	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-09-13	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-09-14	NO ESPECIFICADO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-09-15	NO ESPECIFICADO
BIOLCOM CIA. LTDA	2008-09-20	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-09-25	NO ESPECIFICADO
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-09-27	ANTILLES
AGROEXPORT	2008-09-28	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-09-29	SPAIN

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-09-30	NETHERLANDS
AGROEXPORT	2008-10-01	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-10-06	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-10-08	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-10-13	FRANCE
PROTROPIC CIA. LTDA. (PRODUCTOS TROPICALES)	2008-10-18	NO ESPECIFICADO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-10-20	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-10-21	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-10-23	NO ESPECIFICADO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-10-24	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-10-25	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-10-31	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-11-01	NO ESPECIFICADO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-11-02	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-11-24	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-11-25	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-11-26	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-11-27	PAISES BAJOS
AGROEXPORT	2008-11-28	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-11-29	SPAIN
AGROEXPORT	2008-11-30	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-12-01	ANTILLES
AGROEXPORT	2008-12-02	NETHERLANDS
AGROEXPORT	2008-12-03	ANTILLES
BIOLCOM CIA. LTDA	2008-12-04	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-12-05	CANADA
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-12-06	NETHERLANDS
AGROEXPORT	2008-12-12	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-12-13	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2008-12-20	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-01-12	NETHERLANDS
EQUINOX BUSSINESS LIMITED	2009-02-04	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-02-18	GERMANY
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-02-26	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-04-02	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-04-02	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-04-07	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-04-15	UNITED ARAB EMIRATES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-04-16	GERMANY
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-04-16	GERMANY
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-04-16	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-04-16	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-04-16	SPAIN

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-04-21	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-04-29	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-04-29	GERMANY
EQUINOX BUSSINESS LIMITED	2009-04-29	GERMANY
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-05-09	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-05-09	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-05-11	ANTILLES
	2009-05-14	PAISES BAJOS
	2009-05-14	SPAIN
	2009-05-14	NETHERLANDS
	2009-05-14	ANTILLES
	2009-05-14	UNITED ARAB
	2009-05-14	EMIRATES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-05-15	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-05-18	PAISES BAJOS
ISABELLE FRUITS	2009-05-19	PAISES BAJOS
	2009-05-21	SPAIN
	2009-05-22	NETHERLANDS
	2009-05-25	ANTILLES
		SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-05-25	UNITED ARAB
	2009-05-26	EMIRATES
EQUINOX BUSSINESS LIMITED	2009-06-08	GERMANY
	2009-06-08	GERMANY
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-06-08	UNITED ARAB
	2009-06-09	EMIRATES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-06-09	FRANCE
	2009-06-10	UNITED ARAB
	2009-06-11	EMIRATES
		SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-06-14	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-06-17	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-06-17	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-06-18	NO ESPECIFICADO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-06-22	NO ESPECIFICADO
	2009-06-23	NO ESPECIFICADO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-06-24	NO ESPECIFICADO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-06-24	NO ESPECIFICADO
	2009-06-24	NO ESPECIFICADO
EQUINOX BUSSINESS LIMITED	2009-07-03	NO ESPECIFICADO
	2009-07-03	NO ESPECIFICADO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-07-07	NO ESPECIFICADO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-07-14	NO ESPECIFICADO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-07-17	NO ESPECIFICADO
	2009-07-21	NO ESPECIFICADO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-07-23	NO ESPECIFICADO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-07-24	NO ESPECIFICADO
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-07-29	NO ESPECIFICADO

	2009-08-06	SPAIN
	2009-08-06	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-08-09	SPAIN
	2009-08-09	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-08-09	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-08-11	ANTILLES
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-08-11	ANTILLES
	2009-08-17	CANADA
	2009-08-18	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-08-19	ANTILLES
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-08-27	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-08-27	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-09-03	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-09-04	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-09-08	ITALY
	2009-09-08	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-09-09	ANTILLES
	2009-09-15	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-09-18	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-09-18	SPAIN
	2009-09-18	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-09-19	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-09-21	ANTILLES
	2009-09-30	SPAIN
	2009-10-01	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-10-03	SPAIN
	2009-10-13	SPAIN
	2009-10-14	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-10-21	ANTILLES
AGROEXPORT	2009-10-25	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-11-05	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-11-08	ANTILLES
AGROEXPORT	2009-11-08	SPAIN
AGROEXPORT	2009-11-16	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-11-18	ANTILLES
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-11-22	ANTILLES
AGROEXPORT	2009-11-22	SPAIN
AGROEXPORT	2009-11-26	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-12-02	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-12-03	NETHERLANDS

		ANTILLES
AGROEXPORT	2009-12-03	SPAIN
AGROEXPORT	2009-12-10	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2009-12-12	ANTILLES
AGROEXPORT	2009-12-19	SPAIN
AGROEXPORT	2009-12-24	SPAIN
WORLDFOODS S.A.	2009-12-30	ITALY
	2009-12-31	CANADA
AGROEXPORT	2010-01-07	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-01-08	ANTILLES
AGROEXPORT	2010-01-17	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-01-17	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-01-24	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-01-24	SPAIN
AGROEXPORT	2010-01-24	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-01-31	ANTILLES
TERRAFRESCO S.A.	2010-02-02	GERMANY
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-02-07	GERMANY
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-02-07	ANTILLES
AGROEXPORT	2010-02-07	SPAIN
AGROEXPORT	2010-02-09	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-02-20	ANTILLES
AGROEXPORT	2010-02-20	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-02-21	ANTILLES
AGROEXPORT	2010-02-21	SPAIN
TERRAFRESCO S.A.	2010-02-23	GERMANY
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-03-02	ANTILLES
AGROEXPORT	2010-03-08	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-03-09	ANTILLES
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-03-20	ANTILLES
AGROEXPORT	2010-03-20	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-03-22	ANTILLES
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-03-22	ANTILLES
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-03-27	ANTILLES
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-03-27	ANTILLES
AGROEXPORT	2010-03-29	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-04-01	ANTILLES
AGROEXPORT	2010-04-01	SPAIN

AGROEXPORT	2010-04-01	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-04-13	ANTILLES
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-04-17	ANTILLES
AGROEXPORT	2010-04-21	SPAIN
AGROEXPORT	2010-04-22	SPAIN
TERRAFRESCO S.A.	2010-04-27	UNITED KINGDOM
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-04-30	ANTILLES
AGROEXPORT	2010-04-30	SPAIN
TERRAFRESCO S.A.	2010-05-03	PAISES BAJOS
TERRAFRESCO S.A.	2010-05-06	UNITED KINGDOM
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-05-11	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-05-12	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-05-13	SPAIN
AGROEXPORT	2010-05-13	SPAIN
TERRAFRESCO S.A.	2010-05-14	PAISES BAJOS
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-05-18	ANTILLES
AGROEXPORT	2010-05-18	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-05-18	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-05-19	FRANCE
TERRAFRESCO S.A.	2010-05-21	UNITED KINGDOM
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-05-31	FRANCE
TERRAFRESCO S.A.	2010-06-01	UNITED KINGDOM
TERRAFRESCO S.A.	2010-06-01	UNITED KINGDOM
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-06-02	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-06-02	ANTILLES
ECOFINSA	2010-06-02	SPAIN
AGROEXPORT	2010-06-02	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-06-02	SPAIN
AGROEXPORT	2010-06-02	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-06-02	SPAIN
AGROEXPORT	2010-06-02	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-06-04	FRANCE
	2010-06-09	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-06-10	FRANCE
TERRAFRESCO S.A.	2010-06-10	UNITED KINGDOM
AGROEXPORT	2010-06-11	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-06-11	SPAIN
TERRAFRESCO S.A.	2010-06-14	PAISES BAJOS
	2010-06-15	CANADA
AGROEXPORT	2010-06-18	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-06-21	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-06-21	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-06-30	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-06-30	ANTILLES
AGROEXPORT	2010-06-30	SPAIN

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-06-30	SPAIN
TERRAFRESCO S.A.	2010-07-01	PAISES BAJOS
TERRAFRESCO S.A.	2010-07-02	UNITED KINGDOM
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-07-06	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-07-06	GERMANY
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-07-06	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-07-06	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-07-07	FRANCE
AGROEXPORT	2010-07-08	SPAIN
AGROEXPORT	2010-07-09	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-07-13	SPAIN
TERRAFRESCO S.A.	2010-07-14	PAISES BAJOS
	2010-07-15	CANADA
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-07-15	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-07-15	ANTILLES
TERRAFRESCO S.A.	2010-07-16	PAISES BAJOS
AGROEXPORT	2010-07-20	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-07-21	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-07-21	SPAIN
AGROEXPORT	2010-07-21	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-07-21	SPAIN
TERRAFRESCO S.A.	2010-07-22	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-07-28	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-07-28	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-07-28	ANTILLES
	2010-07-29	CANADA
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-07-29	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-08-05	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-08-06	SPAIN
AGROEXPORT	2010-08-06	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-08-11	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-08-12	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-08-12	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-08-12	SPAIN
	2010-08-14	CANADA
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-08-22	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-08-22	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-08-22	SPAIN
AGROEXPORT	2010-08-24	SPAIN
AGROEXPORT	2010-08-24	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-08-26	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-08-26	ANTILLES
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-08-27	ANTILLES

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-08-27	SPAIN
AGROEXPORT	2010-08-27	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-09-01	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-09-01	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-09-01	SPAIN
	2010-09-02	CANADA
AGROEXPORT	2010-09-02	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-09-10	FRANCE
AGROEXPORT	2010-09-10	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-09-10	SPAIN
	2010-09-13	AUSTRALIA
	2010-09-13	SWITZERLAND
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-09-14	ANTILLES
	2010-09-15	CANADA
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-09-18	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-09-18	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-09-18	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-09-18	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-09-20	FRANCE
AGROEXPORT	2010-09-21	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-09-28	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-09-29	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-09-29	SPAIN
AGROEXPORT	2010-10-04	SPAIN
AGROEXPORT	2010-10-05	SPAIN
	2010-10-07	CANADA
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-10-11	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-10-11	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-10-11	SPAIN
AGROEXPORT	2010-10-11	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-10-12	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-10-13	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-10-13	SPAIN
	2010-10-19	GERMANY
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-10-19	ANTILLES
AGROEXPORT	2010-10-19	SPAIN
AGROEXPORT	2010-10-19	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-10-20	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-10-20	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-10-21	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-10-27	ANTILLES
AGROEXPORT	2010-10-28	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-10-29	FRANCE
AGROEXPORT	2010-10-30	SPAIN

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-09	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-09	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-10	SPAIN
		FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-10	ANTILLES
AGROEXPORT	2010-11-10	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-15	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-15	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-16	SPAIN
	2010-11-20	CANADA
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-23	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-23	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-23	ANTILLES
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-23	ANTILLES
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-23	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-23	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-23	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-23	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-24	ANTILLES
	2010-11-30	CANADA
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-11-30	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-12-01	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-12-09	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-12-09	SPAIN
	2010-12-10	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-12-10	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-12-14	FRANCE
TERRA EQUA	2010-12-17	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-12-17	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-12-18	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-12-18	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-12-18	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-12-23	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-12-23	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-12-23	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-12-29	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2010-12-29	ANTILLES
TERRA EQUA	2011-01-06	FRANCE
TERRA EQUA	2011-01-07	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-01-07	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-01-07	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-01-07	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-01-07	SPAIN

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-01-07	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-01-17	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-01-19	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-01-20	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-01-21	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-01-23	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-01-27	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-01-27	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-01-31	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-01-31	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-01-31	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-02-04	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-02-06	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-02-06	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-02-17	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-02-18	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-02-23	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-02-23	GERMANY
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-02-26	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-02-26	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-02-26	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-03-02	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-03-05	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-03-10	ANTILLES
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-03-10	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-03-17	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-03-17	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-03-17	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-03-20	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-03-29	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-03-29	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-03-29	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-03-30	ANTILLES
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-03-30	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-03-31	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-12	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-12	ANTILLES
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-12	ANTILLES

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-12	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-18	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-18	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-19	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-19	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-19	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-19	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-19	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-19	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-19	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-23	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-23	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-23	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-23	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-23	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-04-28	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-01	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-02	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-02	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-02	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-02	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-02	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-03	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-03	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-03	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-03	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-03	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-11	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-12	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-12	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-12	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-12	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-12	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-12	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-13	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-13	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-23	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-23	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-23	ANTILLES
TERRAFERTIL S.A.	2011-05-23	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-23	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-05-23	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-06-07	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-06-07	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-06-07	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-06-07	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-06-07	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-06-07	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-06-08	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-06-08	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-06-14	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-06-14	NETHERLANDS

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-06-15	ANTILLES
	2011-06-15	SPAIN
	2011-06-15	TURKEY
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-06-23	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-06-23	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-06-24	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-06-26	ANTILLES
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-06-26	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-07-02	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-07-03	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-07-13	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-07-13	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-07-14	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-07-14	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-07-14	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-07-18	ANTILLES
FRUTEC	2011-07-21	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-07-25	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-07-25	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-07-25	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-07-27	PAISES BAJOS
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-07-28	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-07-29	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-08-02	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-08-02	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-08-02	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-08-03	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-08-04	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-08-04	ANTILLES
FRUTEC	2011-08-06	SPAIN
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-08-10	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-08-10	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-08-15	FRANCE
FRUTEC	2011-08-22	PAISES BAJOS
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-08-25	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-08-25	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-08-25	SPAIN
NATIVES WORLD	2011-08-26	CANADA
GLOBALCAFE S.A.	2011-08-31	TURKEY
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-03	FRANCE
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-03	ANTILLES

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-05	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-05	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-05	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-07	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-09	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-11	UNITED ARAB
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-11	EMIRATES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-11	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-11	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-11	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-11	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-19	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-19	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-21	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-21	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-21	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-21	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-26	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-26	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-09-26	SPAIN
TERRAFRESCO S.A.	2011-09-30	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-10-06	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-10-06	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-10-06	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-10-06	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-10-06	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-10-17	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-10-18	ANTILLES
TERRAFRESCO S.A.	2011-10-18	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-10-18	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-10-19	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-10-19	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-10-19	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-10-19	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-10-20	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-10-20	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-02	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-02	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-07	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-10	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-10	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-10	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-10	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-10	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-10	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-10	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-10	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-17	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-17	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-17	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-20	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-20	PAISES BAJOS

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-20	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-21	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-11-22	ANTILLES
TERRAFRESCO S.A.	2011-11-30	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-05	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-05	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-05	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-05	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-05	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-05	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-05	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-05	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-05	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-07	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-09	SPAIN
TERRAFRESCO S.A.	2011-12-12	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-13	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-13	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-13	ANTILLES
TERRA EQUA	2011-12-14	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-15	ANTILLES
TERRAFRESCO S.A.	2011-12-16	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-20	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-21	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-26	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-27	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-27	ANTILLES
TERRA EQUA	2011-12-28	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-28	PAISES BAJOS
TERRAFRESCO S.A.	2011-12-29	SPAIN
TERRAFRESCO S.A.	2011-12-29	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2011-12-29	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-04	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-04	FRANCE
TERRAFRESCO S.A.	2012-01-07	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-09	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-10	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-10	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-12	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-13	SPAIN
TERRAFRESCO S.A.	2012-01-15	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-18	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-24	FRANCE
TERRAFRESCO S.A.	2012-01-24	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-26	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-26	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-29	PAISES BAJOS

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-31	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-31	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-31	ANTILLES
TERRA EQUA	2012-01-31	NETHERLANDS
TERRA EQUA	2012-01-31	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-31	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-01-31	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-02-04	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-02-06	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-02-09	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-02-10	GERMANY
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-02-10	CANADA
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-02-10	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-02-12	NETHERLANDS
TERRA EQUA	2012-02-13	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-02-14	PAISES BAJOS
TERRA EQUA	2012-02-14	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-02-14	PAISES BAJOS
TERRA EQUA	2012-02-21	SPAIN
TERRAFRESCO S.A.	2012-02-24	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-02-24	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-02-25	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-02-25	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-02-25	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-02-25	SPAIN
TERRAFRESCO S.A.	2012-02-28	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-02-29	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-02-29	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-02-29	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-03-02	SPAIN
TERRAFRESCO S.A.	2012-03-07	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-03-14	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-03-14	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-03-14	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-03-14	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-03-19	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-03-19	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-03-19	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-03-28	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-03-29	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-03-29	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-03-29	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-03-30	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-03-30	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-03-30	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-03-31	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-03-31	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-04-02	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-04-02	SPAIN
TERRA EQUA	2012-04-04	PAISES BAJOS
TERRA EQUA	2012-04-04	PAISES BAJOS
TERRA EQUA	2012-04-04	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-04-14	NETHERLANDS

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-04-15	ANTILLES FRANCE NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-04-15	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-04-15	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-04-15	SPAIN
TERRAFRESCO S.A.	2012-04-17	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-04-17	SPAIN
TERRAFRESCO S.A.	2012-04-19	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-04-22	FRANCE NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-04-22	ANTILLES NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-04-27	ANTILLES
TERRAFRESCO S.A.	2012-04-27	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-04-28	SPAIN
TERRAFRESCO S.A.	2012-05-03	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-05-04	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-05-11	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-05-11	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-05-15	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-05-16	SPAIN NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-06-06	ANTILLES NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-06-07	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-06-11	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-06-13	INDONESIA NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-06-13	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-06-13	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-06-13	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-06-14	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-06-15	SPAIN NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-06-18	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-06-26	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-06-26	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-06-27	FRANCE NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-06-27	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-06-27	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-03	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-04	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-04	PAISES BAJOS
TERRAFERTIL S.A.	2012-07-04	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-04	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-13	FRANCE NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-16	ANTILLES NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-16	ANTILLES

FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-17	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-17	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-17	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-18	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-19	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-19	NETHERLANDS
TERRAFERTIL S.A.	2012-07-19	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-23	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-23	CANADA
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-23	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-23	GERMANY
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-23	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-23	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-07-23	SPAIN
TERRAFERTIL S.A.	2012-07-24	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-08-02	GERMANY
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-08-02	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-08-02	ANTILLES
TERRAFERTIL S.A.	2012-08-02	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-08-02	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-08-07	SPAIN
TERRAFERTIL S.A.	2012-08-08	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-08-21	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-09-04	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-09-05	GERMANY
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-09-05	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-09-05	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-09-06	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-09-07	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-09-07	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-09-07	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-09-19	GERMANY
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-09-19	GERMANY
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-09-19	UNITED ARAB
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-09-19	EMIRATES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-09-28	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-09-28	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-09-28	NETHERLANDS
TERRAFERTIL S.A.	2012-10-08	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-09	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-09	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-09	GERMANY
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-09	GERMANY
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-09	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-09	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-09	PAISES BAJOS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-09	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-10	NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-10	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-10	UNITED ARAB
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-10	EMIRATES

TERRAFERTIL S.A.	2012-10-11	PAISES BAJOS
TERRAFERTIL S.A.	2012-10-18	PAISES BAJOS
TERRAFERTIL S.A.	2012-10-18	PAISES BAJOS
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-27	ANTILLES
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-27	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-29	FRANCE
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-29	GERMANY
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-29	GERMANY
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-29	GERMANY
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-29	SPAIN
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-29	SPAIN
		UNITED ARAB
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-29	EMIRATES
		UNITED ARAB
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-29	EMIRATES
		UNITED ARAB
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-29	EMIRATES
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-30	ANTILLES
		NETHERLANDS
FRUTIERREZ DEL ECUADOR S.A.	2012-10-31	ANTILLES

Fuente: COBUS GROUP

Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

ANEXO 13

PORCENTAJE DE PAÍSES DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE LA UVILLA (2007-2012)

PAIS DESTINO	CANT	PORCENTAJE
ESPAÑA	391	36,7
HOLANDA	274	25,7
FRANCIA	167	15,7
PAISES BAJOS	81	7,6
NO ESPECIFICADO	46	4,3
ALEMANIA	35	3,3
CANADA	30	2,8
REINO UNIDO	14	1,3
EMIRATOS ARABES UNIDOS	11	1,0
ITALIA	4	0,4
ESTADOS UNIDOS	4	0,4
AUSTRALIA	2	0,2
INDONESIA	2	0,2
SUIZA	2	0,2
TURQUIA	2	0,2
TOTAL	1065	100%

Fuente: COBUS GROUP

Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

ANEXO 16

EXPORTACIONES DE LA PANELA (2007-2012)

TOTAL FOB USD DE EMPRESAS EXPORTADORAS DE PANELA (2007-2012)

PAÍSES DESTINO DE LA EXPORTACIÓN DE LA PANELA (2007-2012)

NOMBRE COMERCIAL	FECHA DESPACHO	PAIS DESTINO	TOTAL FOB U\$S	TOTAL KGS NETO
FUNDACION MCCH	2007-01-07	NO ESPECIFICADO	21409,08	20549,65
MAQUITA CUSHUNCHIC				
CORPORACION GRUPPO	2007-01-08	NO ESPECIFICADO	20677,04	14836,50
SALINAS				
FUNDACION MCCH	2007-01-10	NO ESPECIFICADO	27963,60	25486,25
FUNDACION MCCH	2007-01-11	NO ESPECIFICADO	37809,20	16853,60
EQUINOX BUSSINESS	2007-01-12	NO ESPECIFICADO	25250,40	17940,00
LIMITED				
DISTRIBUIDORA DE	2007-01-13	NO ESPECIFICADO	32227,72	30548,32
PRODUCTOS MILAGRO S.A.				
DISPRODUCSA				
ARTESANIA AGRICOLA	2007-01-14	NO ESPECIFICADO	9339,24	9123,32
ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.				
CORPORACION RANTINPAK	2007-01-15	NO ESPECIFICADO	19948,17	18685,00
ARTESANIA AGRICOLA	2007-01-17	NO ESPECIFICADO	54872,46	30306,40
ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.				
ARTESANIA AGRICOLA	2007-01-19	NO ESPECIFICADO	72805,44	23288,40
ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.				
CORPORACION GRUPPO	2007-01-25	NO ESPECIFICADO	20422,60	12854,00
SALINAS				
ECOFRUT S.A.	2007-02-20	PORTUGAL	19568,65	18250,00
ECOFRUT S.A.	2007-02-24	SPAIN	20574,65	19854,58
DISTRIBUIDORA DE	2007-02-27	SPAIN	32106,68	31585,50
PRODUCTOS MILAGRO S.A.				
DISPRODUCSA				
CORPORACION RANTINPAK	2007-03-14	FRANCE	32389,37	31542,32
ALVAREZ CEDEÑO NELLY	2007-03-19	UNITED STATES	25894,70	24586,32
DEL CARMEN				
CORPORACION GRUPPO	2007-03-28	ITALY	19800,00	17500,00
SALINAS				
F.E.P.P	2007-04-06	SPAIN	21652,54	20054,32
NESTLE ECUADOR S.A.	2007-04-23	FRANCE	31825,60	30596,65
CORPORACION GRUPPO	2007-05-01	ITALY	18472,20	16080,00
SALINAS				
CORPORACION GRUPPO	2007-06-02	ITALY	14684,50	14125,32
SALINAS				
CORPORACION GRUPPO	2007-06-11	FRANCE	8590,00	9250,00
SALINAS				
DIBEAL CIA LTDA	2007-06-27	SPAIN	33719,68	32556,25
ENVIOS Y PAQUETES	2007-07-07	CUBA	28246,00	27586,00
RODRIGUEZ RODRIGUEZ				
S.A.				
FUNDACION MCCH	2007-07-15	ITALY	25816,86	18300,56
FUNDACION MCCH	2007-07-16	SPAIN	24957,60	23569,45
NESTLE ECUADOR S.A.	2007-08-03	CANADA	21409,08	14874,80

CORPORACION MINTALAY	PAKTA	2007-08-08	FRANCE	30700,17	29654,88
EXPORTADORES IMPORTADORES	E	2007-08-14	CHILE	25045,00	20115,32
EXPORTADORES IMPORTADORES	E	2007-08-15	CHILE	1758,08	1252,05
CORPORACION MINTALAY	PAKTA	2007-08-25	GERMANY	25997,40	24587,65
CORPORACION MINTALAY	PAKTA	2007-08-28	SPAIN	22211,13	16118,92
CORPORACION MINTALAY	PAKTA	2007-10-09	SPAIN	21966,20	20365,32
ALVAREZ CEDEÑO DEL CARMEN	NELLY	2007-10-15	UNITED STATES	42390,00	41256,32
CORPORACION MINTALAY	PAKTA	2007-10-20	GERMANY	28855,98	24368,80
F.E.P.P ECUATORIANO	FONDO	2007-10-21	SPAIN	27375,00	26532,20
POPULARUM PROGRESSIO CRUZ	HERMANOS	2007-10-23	SPAIN	40658,32	40001,32
IMPORTACIONES ECUDOS S.A.		2007-10-24	UNITED STATES	29189,52	27975,25
ALVAREZ CEDEÑO DEL CARMEN	NELLY	2007-10-28	UNITED STATES	36812,51	35621,20
F.E.P.P		2007-10-30	SPAIN	27375,00	28965,58
ALVAREZ CEDEÑO DEL CARMEN	NELLY	2007-11-03	UNITED STATES	26678,44	26145,25
F.E.P.P		2007-11-05	SPAIN	26685,52	39657,20
ALVAREZ CEDEÑO DEL CARMEN	NELLY	2007-11-12	UNITED STATES	24612,98	24250,25
F.E.P.P		2007-11-15	SPAIN	29518,36	48542,65
ECOFRUT S.A.		2007-12-05	SPAIN	25026,00	21487,75
CORPORACION RANTINPAK		2007-12-14	FRANCE	27595,78	28562,32
ARTESANIA AGRICOLA ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.		2007-12-17	NO ESPECIFICADO	21361,52	19857,35
DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS MILAGRO S.A.		2007-12-18	NO ESPECIFICADO	20861,60	18150,00
DISPRODUCSA					
DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS MILAGRO S.A.		2007-12-20	NO ESPECIFICADO	20840,00	19653,22
DISPRODUCSA					
CORPORACION RANTINPAK		2007-12-23	FRANCE	25590,44	24365,74
FUNDACION MCCH		2007-12-26	ITALY	31825,60	35986,50
ARTESANIA AGRICOLA ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.		2007-12-27	NO ESPECIFICADO	21000,00	20523,32
ALVAREZ CEDEÑO DEL CARMEN	NELLY	2007-12-28	UNITED STATES	11204,77	8436,70
FUNDACION MAQUITA CUSHUNCHIC	MCCH	2008-01-05	NO ESPECIFICADO	26579,92	24568,25
CORPORACION SALINAS	GRUPPO	2008-01-06	NO ESPECIFICADO	40905,12	35874,2
F.E.P.P		2008-01-07	NO ESPECIFICADO	21365,8	15124,95
FUNDACION MCCH		2008-01-08	NO ESPECIFICADO	20650,8	17610

FUNDACION MCCH	2008-01-09	NO ESPECIFICADO	23349,13	21554,32
EQUINOX BUSSINESS LIMITED	2008-01-10	NO ESPECIFICADO	17854,32	12785,29
DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS MILAGRO S.A. DISPRODUCSA	2008-01-11	NO ESPECIFICADO	27829,9	18300,561
ARTESANIA AGRICOLA ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.	2008-01-12	NO ESPECIFICADO	50081,48	33645
CORPORACION RANTINPAK	2008-01-13	NO ESPECIFICADO	31284,9	21655,32
FUNDACION MCCH	2008-01-14	NO ESPECIFICADO	14867,31	13742,81
ARTESANIA AGRICOLA ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.	2008-01-15	NO ESPECIFICADO	44497,2	31475
CACAO INALNAPO CIA. LTDA.	2008-01-16	NO ESPECIFICADO	43986	34852,21
FUNDACION MCCH	2008-01-18	NO ESPECIFICADO	18555,04	17785,32
CORPORACION GRUPPO SALINAS	2008-02-23	NO ESPECIFICADO	40404,5	31254,58
LATIN FOOD IMPORT & EXPORT S.A.	2008-03-03	SPAIN	30334,82	29875,32
F.E.P.P	2008-03-05	SPAIN	20422,6	14852,2
LATIN FOOD IMPORT & EXPORT S.A.	2008-03-13	NO ESPECIFICADO	32658,12	29854,3
ECOFRUT S.A.	2008-03-20	PORTUGAL	19365	14119,76
ECOFRUT S.A.	2008-03-24	SPAIN	17582	13867,04
DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS MILAGRO S.A. DISPRODUCSA	2008-03-27	SPAIN	27375	18250
ALVAREZ CEDEÑO NELLY DEL CARMEN	2008-04-16	UNITED STATES	24179,85	14878,5
ALVAREZ CEDEÑO NELLY DEL CARMEN	2008-04-22	UNITED STATES	33956,64	26349,301
ARTESANIA AGRICOLA ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.	2008-05-13	ITALY	50851,52	36523,32
ARTESANIA AGRICOLA ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.	2008-05-16	GERMANY	50081,48	40326,32
COMPANIA AZUCARERA VALDEZ S.A.	2008-05-18	CANADA	41499,25	30284,58
NESTLE ECUADOR S.A.	2008-05-21	FRANCE	21965,16	17765,6
ARTESANIA AGRICOLA ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.	2008-05-27	GERMANY	44497,2	42396,52
ARTESANIA AGRICOLA ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.	2008-06-09	PAISES BAJOS	43652	39865,25
ARTESANIA AGRICOLA ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.	2008-06-11	GERMANY	42390	36523,32
CORPORACION RANTINPAK	2008-07-04	FRANCE	28246	18610
CORPORACION PAKTA MINTALAY	2008-07-24	GERMANY	36812,51	30852,32
DIBEAL CIA LTDA	2008-07-25	SPAIN	27963,6	21365,21
ENVIOS Y PAQUETES RODRIGUEZ RODRIGUEZ S.A.	2008-08-04	CUBA	19658,32	16852,32
CORPORACION PAKTA MINTALAY	2008-08-11	FRANCE	35867,16	27485,32

IMPORTADORA Y EXPORTADORA PRODUSA S.A.		2008-08-20	CANADA	23847,85	20485,75
CORPORACION GRUPPO SALINAS		2008-08-26	ITALY	38954,32	30014,21
NESTLE ECUADOR S.A.		2008-08-31	CANADA	32547,28	29857,32
FUNDACION MCCH		2008-09-01	ITALY	25851,2	9530,21
IMPORTADORA Y EXPORTADORA PRODUSA S.A.		2008-09-07	UNITED STATES	16557,48	22652,199
CORPORACION GRUPPO SALINAS		2008-09-08	FRANCE	37128,48	31254,81
EXPORTADORES E IMPORTADORES		2008-09-11	CHILE	18800	12697,4
EXPORTADORES E IMPORTADORES		2008-09-12	CHILE	34763,65	24758,65
ALVAREZ CEDEÑO NELLY DEL CARMEN		2008-09-24	UNITED STATES	54254,32	39652,41
DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS MILAGRO S.A. DISPRODUCSA		2008-11-03	SPAIN	18930	12547,17
ALVAREZ CEDEÑO NELLY DEL CARMEN		2008-11-04	UNITED STATES	54362,44	23831,9
CORPORACION PAKTA MINTALAY		2008-11-06	SPAIN	32483,56	29857,32
F.E.P.P		2008-11-09	SPAIN	18744,95	9657,66
F.E.P.P		2008-11-10	ITALY	20735,3	17634,15
ALVAREZ CEDEÑO NELLY DEL CARMEN		2008-12-12	UNITED STATES	50851,52	22650
CORPORACION PAKTA MINTALAY		2008-12-17	GERMANY	32173,15	24587,21
F.E.P.P FONDO ECUATORIANO		2008-12-18	SPAIN	7357,97	5434,08
POPULARUM PROGRESSIO CRUZ HERMANOS		2008-12-20	SPAIN	28001,32	19877,22
IMPORTACIONES ECUDOS S.A.		2008-12-21	UNITED STATES	16289	11254,85
CORPORACION GRUPPO SALINAS		2008-12-22	FRANCE	37087,36	26985,16
FUNDACION MCCH MAQUITA CUSHUNCHIC		2009-01-05	NO ESPECIFICADO	28420	17273,6
CORPORACION GRUPPO SALINAS		2009-01-12	NO ESPECIFICADO	21361,52	10004,12
F.E.P.P		2009-01-15	NO ESPECIFICADO	30528,28	16003
FUNDACION MCCH		2009-01-19	NO ESPECIFICADO	37290,3	17098,6
FUNDACION MCCH		2009-01-27	NO ESPECIFICADO	26936	17372
EQUINOX BUSSINESS LIMITED		2009-02-04	NO ESPECIFICADO	839,6	300
DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS MILAGRO S.A. DISPRODUCSA		2009-02-16	NO ESPECIFICADO	14448	20846,4
ARTESANIA AGRICOLA ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.		2009-02-18	NO ESPECIFICADO	18930	21000

CORPORACION RANTINPAK	2009-02-19	NO ESPECIFICADO	19948,17	18685
FUNDACION MCCH	2009-02-19	NO ESPECIFICADO	25540,7	18787
ARTESANIA AGRICOLA	2009-03-04	NO ESPECIFICADO	18930	21000
ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.				
CACAO INALNAPO CIA.	2009-03-05	NO ESPECIFICADO	50699	8620
LTDA.				
ARTESANIA AGRICOLA	2009-03-06	NO ESPECIFICADO	18800	20000
ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.				
FUNDACION MCCH	2009-03-19	NO ESPECIFICADO	20161,9	17806,1
FUNDACION MCCH	2009-03-19	NO ESPECIFICADO	28209,16	17586,6
ARTESANIA AGRICOLA	2009-03-23	NO ESPECIFICADO	18800	20000
ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.				
ARTESANIA AGRICOLA	2009-03-25	NO ESPECIFICADO	18499,2	10250
ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.				
FUNDACION MCCH	2009-03-31	NO ESPECIFICADO	4212	3900
CORPORACION GRUPPO	2009-04-01	NO ESPECIFICADO	22899,6	11207,6
SALINAS				
FUNDACION MCCH	2009-04-06	NO ESPECIFICADO	27369,02	18078,199
FUNDACION MCCH	2009-04-07	NO ESPECIFICADO	14684,5	7825
FUNDACION MCCH	2009-04-28	NO ESPECIFICADO	32223,12	17191,199
ARTESANIA AGRICOLA	2009-05-05	GERMANY	18800	20000
ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.				
ARTESANIA AGRICOLA	2009-05-05	PAISES BAJOS	18930	21000
ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.				
ARTESANIA AGRICOLA	2009-05-12	SPAIN	17937,6	11980
ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.				
FUNDACION MCCH	2009-05-15	SPAIN	20677,04	18200
FUNDACION MCCH	2009-05-20	ITALY	8590	9250
LATIN FOOD IMPORT &	2009-05-22	SPAIN	37087,36	26493,801
EXPORT S.A.				
ARTESANIA AGRICOLA	2009-05-26	GERMANY	18800	20000
ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.				
F.E.P.P	2009-05-28	SPAIN	32495,72	17710
FUNDACION MCCH	2009-05-29	ITALY	27303,28	17328,801
F.E.P.P	2009-06-04	NO ESPECIFICADO	43905,3	24918
CORPORACION RANTINPAK	2009-06-15	NO ESPECIFICADO	24877,21	18166
ARTESANIA AGRICOLA	2009-06-19	NO ESPECIFICADO	16770	9406
ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.				
ARTESANIA AGRICOLA	2009-06-22	NO ESPECIFICADO	18800	20000
ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.				
FUNDACION MCCH	2009-06-22	NO ESPECIFICADO	28987,2	17272
ZABALA CEVALLOS	2009-06-24	NO ESPECIFICADO	1076,45	150
SUSANA MATILDE				
LATIN FOOD IMPORT &	2009-06-29	NO ESPECIFICADO	34763,65	26424,199
EXPORT S.A.				
ARTESANIA AGRICOLA	2009-07-01	NO ESPECIFICADO	20430	22650
ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.				
FUNDACION MCCH	2009-07-02	NO ESPECIFICADO	20422,6	12854
FUNDACION MCCH	2009-07-10	NO ESPECIFICADO	21000	17500
CORPORACION RANTINPAK	2009-07-20	NO ESPECIFICADO	23315,4	17140,801
FUNDACION MCCH	2009-07-30	NO ESPECIFICADO	28173,92	16778,6
FUNDACION MCCH	2009-07-31	NO ESPECIFICADO	21900	17500

ECOFRUT S.A.	2009-08-12	PORTUGAL	7509,14	5389,2
ARTESANIA AGRICOLA	2009-08-17	SPAIN	16953,84	20000
ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.				
ARTESANIA AGRICOLA	2009-08-17	SPAIN	17257,2	9680
ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.				
ECOFRUT S.A.	2009-08-19	SPAIN	7397,97	5434,08
FUNDACION MCCH	2009-08-19	ITALY	20735,3	17635
FUNDACION MCCH	2009-08-28	ITALY	20750,8	17610
FUNDACION MCCH	2009-09-01	SPAIN	23349,13	15349
DISTRIBUIDORA DE	2009-09-07	SPAIN	14877,31	20640
PRODUCTOS MILAGRO S.A.				
DISPRODUCSA				
ARTESANIA AGRICOLA	2009-09-10	GERMANY	18600	20000
ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.				
FUNDACION MCCH	2009-09-16	SPAIN	25851,2	9536
FUNDACION MCCH	2009-09-17	ITALY	26619,92	17779,199
CORPORACION RANTINPAK	2009-09-28	FRANCE	20555,7	17906
LAVERDE LUIS ANIBAL	2009-10-02	UNITED STATES	15804,89	22652,199
CORPORACION RANTINPAK	2009-10-15	FRANCE	30334,82	18750,17
FUNDACION MCCH	2009-10-15	ITALY	32658,12	17781,199
FUNDACION MCCH	2009-10-16	ITALY	21965,16	17765,6
ARTESANIA AGRICOLA	2009-10-21	ITALY	21690	24000
ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.				
DISTRIBUIDORA DE	2009-10-23	SPAIN	14877,31	20640
PRODUCTOS MILAGRO S.A.				
DISPRODUCSA				
FUNDACION MCCH	2009-10-23	SPAIN	2430	2250
DISTRIBUIDORA DE	2009-10-29	SPAIN	13649	18000
PRODUCTOS MILAGRO S.A.				
DISPRODUCSA				
VADESA S.A.	2009-11-09	UNITED STATES	8884	1851
FUNDACION MCCH	2009-11-18	ITALY	19800	17500
CORPORACION RANTINPAK	2009-12-07	FRANCE	32389,37	18304,32
FUNDACION MCCH	2009-12-08	ITALY	22415,28	18060
FUNDACION MCCH	2009-12-08	SPAIN	19897,08	17379,76
FUNDACION MCCH	2009-12-10	SPAIN	13280,4	7657
ALVAREZ CEDEÑO NELLY	2009-12-11	UNITED STATES	24179,85	14878,5
DEL CARMEN				
ARTESANIA AGRICOLA	2009-12-11	GERMANY	18600	20000
ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.				
ARTESANIA AGRICOLA	2009-12-11	GERMANY	18600	20000
ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.				
F.E.P.P	2009-12-11	SPAIN	173,95	85
PRODUCTOS SKSFARMS	2009-12-14	BELGIUM	89450,41	7273,16
CIA. LTDA.				
LATIN FOOD IMPORT &	2009-12-24	SPAIN	35411,24	26097,02
EXPORT S.A.				
FUNDACION MCCH	2009-12-28	ITALY	25829,44	17368,4
ALVAREZ CEDEÑO NELLY	2009-12-29	UNITED STATES	33956,64	26349,301
DEL CARMEN				
FUNDACION MCCH	2009-12-29	ITALY	19698,4	18600
F.E.P.P	2009-12-30	SPAIN	30138,4	17735

CORPORACION GRUPO	2010-01-06	ITALY	72805,44	23288,4
SALINAS				
DISTRIBUIDORA DE	2010-01-13	SPAIN	9156,12	11500
PRODUCTOS MILAGRO S.A.				
DISPRODUCSA				
ARTESANIA AGRICOLA	2010-01-14	SPAIN	17896	9612
ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.				
ARTESANIA AGRICOLA	2010-01-29	GERMANY	18600	20000
ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.				
FUNDACION MCCH	2010-01-29	ITALY	31230,84	17008,4
FUNDACION MCCH	2010-02-01	SPAIN	31423,28	17233,561
ALVAREZ CEDEÑO NELLY	2010-02-03	UNITED STATES	39327,3	23831,9
DEL CARMEN				
FUNDACION MCCH	2010-02-04	ITALY	32907,98	17079,801
ARTESANIA AGRICOLA	2010-02-09	SPAIN	16728	6708
ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.				
F.E.P.P	2010-02-09	SPAIN	35942,2	24925,9
ARTESANIA AGRICOLA	2010-02-12	SPAIN	17499,52	9078
ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.				
DISTRIBUIDORA DE	2010-02-17	SPAIN	15528	20640
PRODUCTOS MILAGRO S.A.				
DISPRODUCSA				
CORPORACION RANTINPAK	2010-02-23	GERMANY	22868	18064
ARTESANIA AGRICOLA	2010-02-25	SPAIN	16980	7158
ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.				
FUNDACION MCCH	2010-03-09	SPAIN	31825,6	17767
FUNDACION MCCH	2010-03-11	ITALY	21409,08	14874,8
ALVAREZ CEDEÑO NELLY	2010-03-12	UNITED STATES	50851,52	26167,199
DEL CARMEN				
FUNDACION MCCH	2010-03-15	ITALY	25508,42	17741,199
ARTESANIA AGRICOLA	2010-03-18	ITALY	17970	19750
ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.				
DISTRIBUIDORA DE	2010-03-31	SPAIN	13999,1	20000
PRODUCTOS MILAGRO S.A.				
DISPRODUCSA				
F.E.P.P	2010-03-31	SPAIN	42003,27	16265,86
ARTESANIA AGRICOLA	2010-04-01	GERMANY	18600	20000
ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.				
ALVAREZ CEDEÑO NELLY	2010-04-05	UNITED STATES	29700,47	14857,32
DEL CARMEN				
COMPANIA AZUCARERA	2010-04-13	CANADA	17,25	8
VALDEZ S.A.				
FUNDACION MCCH	2010-04-14	ITALY	20720,8	18600
FUNDACION MCCH	2010-04-14	ITALY	25508,42	17736,199
NESTLE ECUADOR S.A.	2010-04-16	FRANCE	36311,59	14832,73
FUNDACION MCCH	2010-05-13	ITALY	16875	18750
FUNDACION MCCH	2010-05-13	ITALY	21550,3	18135
FUNDACION MCCH	2010-05-13	SPAIN	30000	11040
FUNDACION MCCH	2010-05-14	ITALY	5874,4	4980
ARTESANIA AGRICOLA	2010-06-04	GERMANY	18600	20000
ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.				
FUNDACION MCCH	2010-06-04	SPAIN	25451,52	17842,6

FUNDACION MCCH	2010-06-08	ITALY	20330	16050
CORPORACION GRUPPO SALINAS	2010-06-16	ITALY	18472,2	16080
FUNDACION MCCH	2010-06-17	ITALY	27595,78	16671
F.E.P.P	2010-07-13	ITALY	14433,72	7700
LATIN FOOD IMPORT & EXPORT S.A.	2010-07-13	SPAIN	26731,93	19155,42
FUNDACION MCCH	2010-07-14	ITALY	25590,44	17246,4
CORPORACION RANTINPAK	2010-07-27	FRANCE	29152,96	11956,31
FUNDACION MCCH	2010-07-27	ITALY	32000,52	16049,2
FUNDACION MCCH	2010-08-03	ITALY	21283,4	17780
FUNDACION MCCH	2010-08-10	ITALY	33719,68	15416,8
LATIN FOOD IMPORT & EXPORT S.A.	2010-08-18	SPAIN	29356,24	27211,721
FUNDACION MCCH	2010-08-20	ITALY	20840	19000
ARTESANIA AGRICOLA ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.	2010-09-02	PAISES BAJOS	18765	20850
FUNDACION MCCH	2010-09-06	ITALY	40658,32	14421,2
ARTESANIA AGRICOLA ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.	2010-09-08	GERMANY	18600	20000
FUNDACION MCCH	2010-09-14	UNITED KINGDOM	42,7	46,3
FUNDACION MCCH	2010-09-27	SPAIN	20861,6	18200
ALVAREZ CEDEÑO NELLY DEL CARMEN	2010-09-29	UNITED STATES	28954,9	24123,859
F.E.P.P	2010-10-18	UNITED KINGDOM	50,09	60
FUNDACION MCCH	2010-10-20	ITALY	29999,04	16560,801
F.E.P.P	2010-10-26	SPAIN	31630,35	18114,4
FUNDACION MCCH	2010-10-29	ITALY	32106,68	16160,8
DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS MILAGRO S.A. DISPRODUCSA	2010-11-04	SPAIN	12959,98	18000
FUNDACION MCCH	2010-11-15	ITALY	24966	18030
CORPORACION RANTINPAK	2010-11-16	GERMANY	25524,75	17018
F.E.P.P	2010-11-19	SPAIN	18866,6	16500
F.E.P.P	2010-11-24	SPAIN	25150,88	16927
FUNDACION MCCH	2010-11-26	ITALY	24997	17750
ALVAREZ CEDEÑO NELLY DEL CARMEN	2010-12-01	UNITED STATES	24723,55	12226,9
ALVAREZ CEDEÑO NELLY DEL CARMEN	2010-12-27	UNITED STATES	35159,59	10727
FUNDACION MCCH	2010-12-27	ITALY	32227,72	16338,8
FUNDACION MCCH	2011-01-03	SPAIN	31792,24	17715,6
FUNDACION MCCH	2011-01-04	ITALY	24997	17750
CORPORACION GRUPPO SALINAS	2011-01-05	ITALY	54872,46	30306,4
FUNDACION MCCH	2011-01-05	SPAIN	28409,6	17420
ALVAREZ CEDEÑO NELLY DEL CARMEN	2011-01-07	UNITED STATES	25518,24	12697,4
ALVAREZ CEDEÑO NELLY DEL CARMEN	2011-01-08	UNITED STATES	60643,14	20789,6
CORPORACION RANTINPAK	2011-01-18	FRANCE	25185,65	17311
ALVAREZ CEDEÑO NELLY	2011-01-28	UNITED STATES	22681,9	15061

DEL CARMEN					
FUNDACION MCCH	2011-01-31	ITALY	24996	18000	
CORPORACION GRUPPO SALINAS	2011-02-22	FRANCE	25264,79	13997,04	
FUNDACION MCCH	2011-02-22	ITALY	24693	18050	
FUNDACION MCCH	2011-02-22	SPAIN	23032,4	18250	
LATIN FOOD IMPORT & EXPORT S.A.	2011-02-25	SPAIN	35344,6	24801,76	
F.E.P.P	2011-03-11	ITALY	14198,9	7834	
FUNDACION MCCH	2011-03-11	ITALY	8994	7350	
FUNDACION MCCH	2011-03-12	SPAIN	23395	17338	
ALVAREZ CEDEÑO NELLY DEL CARMEN	2011-03-15	UNITED STATES	41499,25	16770,881	
FUNDACION MCCH	2011-03-16	ITALY	24948	18150	
LATIN FOOD IMPORT & EXPORT S.A.	2011-03-21	SPAIN	34543,32	24915,08	
PRODUCTOS LACTEOS GONZALEZ CIA LTDA	2011-04-04	UNITED STATES	1590	301,15	
ALVAREZ CEDEÑO NELLY DEL CARMEN	2011-04-06	UNITED STATES	23640,85	12583,02	
FUNDACION MCCH	2011-04-07	ITALY	25096	18250	
ALVAREZ CEDEÑO NELLY DEL CARMEN	2011-04-12	UNITED STATES	30955,19	16311,14	
DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS MILAGRO S.A. DISPRODUCSA	2011-04-12	SPAIN	9375	12500	
FUNDACION MCCH	2011-04-12	ITALY	29189,52	17451,16	
FUNDACION MCCH	2011-04-12	SPAIN	28246	18125,16	
CORPORACION PAKTA MINTALAY	2011-04-29	GERMANY	25894,7	16578	
DIBEAL CIA LTDA	2011-05-02	SPAIN	22157,5	6170,56	
PRODUCTOS LACTEOS GONZALEZ CIA LTDA	2011-05-10	UNITED STATES	1590	286,9	
FUNDACION MCCH	2011-05-12	ITALY	25264,4	17940	
F.E.P.P	2011-06-01	SPAIN	32902	16712	
FUNDACION MCCH	2011-06-01	ITALY	25045	17500	
FUNDACION MCCH	2011-06-09	SPAIN	1758,08	885,28	
FUNDACION MCCH	2011-06-17	ITALY	24999,3	18610	
F.E.P.P	2011-06-22	SPAIN	36359,36	25889,5	
FUNDACION MCCH	2011-06-24	ITALY	35324,34	17223,359	
DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS MILAGRO S.A. DISPRODUCSA	2011-06-29	SPAIN	15000	20000	
ENVIOS Y PAQUETES RODRIGUEZ RODRIGUEZ S.A.	2011-07-20	CUBA	1927,6	282	
ALVAREZ CEDEÑO NELLY DEL CARMEN	2011-08-10	UNITED STATES	32873,35	19665,32	
FUNDACION MCCH	2011-08-10	SPAIN	50081,48	25066,811	
ALVAREZ CEDEÑO NELLY DEL CARMEN	2011-08-15	UNITED STATES	19667,04	8994	
FUNDACION MCCH	2011-08-22	ITALY	23823,3	18610	

FUNDACION MCCH		2011-08-22	SPAIN	23348,16	11867,5
FUNDACION MCCH		2011-08-30	ITALY	35798,64	14119,76
CORPORACION	PAKTA	2011-09-05	FRANCE	26823,64	16384
MINTALAY					
FUNDACION MCCH		2011-09-12	ITALY	25816,86	18300,561
FUNDACION MCCH		2011-09-27	SPAIN	24957,6	19280
CORPORACION	PAKTA	2011-09-28	GERMANY	22242,8	14340,5
MINTALAY					
ALVAREZ CEDEÑO NELLY DEL CARMEN		2011-09-29	UNITED STATES	25338,19	14292,46
ALVAREZ CEDEÑO NELLY DEL CARMEN		2011-10-04	UNITED STATES	12429,96	19094,24
ALVAREZ CEDEÑO NELLY DEL CARMEN		2011-10-12	UNITED STATES	24788,32	13448,78
ALVAREZ CEDEÑO NELLY DEL CARMEN		2011-10-12	UNITED STATES	26203,19	15409,4
SUMESA S. A.		2011-10-12	PERU	24009	26148,199
IMPORTADORA	Y	2011-10-14	CANADA	10011,82	1255
EXPORTADORA	PRODUSA				
S.A.					
FUNDACION MCCH		2011-10-17	ITALY	54362,44	15485,48
PROYIMAR S.A.		2011-10-18	UNITED STATES	30744,55	20433,619
CORPORACION	PAKTA	2011-11-08	SPAIN	40414,09	17099
MINTALAY					
FUNDACION MCCH		2011-11-11	ITALY	60409,8	13867,04
FUNDACION MCCH		2011-11-18	ITALY	27186,75	18900
CORPORACION	GRUPPO	2011-11-27	ITALY	31049,8	15920
SALINAS					
ALVAREZ CEDEÑO NELLY DEL CARMEN		2011-11-28	UNITED STATES	36812,51	17370,5
FUNDACION MCCH		2011-12-05	ITALY	55452,84	15144,44
F.E.P.P		2011-12-27	ITALY	37905,2	18299
FUNDACION MCCH		2011-12-29	ITALY	31284,9	17400
NESTLE ECUADOR S.A.		2012-01-13	CANADA	9055,7	1359,09
FUNDACION MCCH		2012-01-23	ITALY	37128,48	17218,439
FUNDACION MCCH		2012-01-23	ITALY	40404,5	16888,961
FUNDACION MCCH		2012-01-23	SPAIN	29521,8	18750
CORPORACION	PAKTA	2012-01-26	FRANCE	30700,17	16091,44
MINTALAY					
F.E.P.P		2012-01-26	ITALY	23220	18500
IMPORTADORA	Y	2012-01-26	UNITED STATES	1578,4	1059
EXPORTADORA	PRODUSA				
S.A.					
SYAMCARGO CIA. LTDA.		2012-01-26	AUSTRIA	364,5	96,15
CORPORACION	GRUPPO	2012-02-07	FRANCE	67075,15	18727,75
SALINAS					
ALVAREZ CEDEÑO NELLY DEL CARMEN		2012-02-13	UNITED STATES	26678,44	16265,78
ALVAREZ CEDEÑO NELLY DEL CARMEN		2012-02-14	UNITED STATES	11204,77	8436,7
EXPORTADORES	E	2012-02-24	CHILE	39,6	35
IMPORTADORES					

EXPORTADORES	E	2012-02-24	CHILE	39,6	36
IMPORTADORES					
ALVAREZ CEDEÑO DEL CARMEN	NELLY	2012-02-29	UNITED STATES	44497,2	12624,59
FUNDACION MCCH		2012-03-01	ITALY	27375	17500
FUNDACION MCCH		2012-03-01	ITALY	38844,9	17174,801
FUNDACION MCCH		2012-03-01	ITALY	27829,9	18610
FUNDACION MCCH		2012-03-09	ITALY	27375	17500
F.E.P.P		2012-03-15	ITALY	14442,4	7220
FUNDACION MCCH		2012-03-22	SPAIN	37143,18	19039
FUNDACION MCCH		2012-03-26	ITALY	27963,6	18890
FUNDACION MCCH		2012-04-17	ITALY	27375	17500
CORPORACION MINTALAY	PAKTA	2012-04-19	GERMANY	25997,4	16435
FUNDACION MCCH		2012-04-24	ITALY	27375	17500
ALVAREZ CEDEÑO DEL CARMEN	NELLY	2012-04-30	UNITED STATES	24612,98	12680,07
CORPORACION MINTALAY	PAKTA	2012-05-18	SPAIN	22211,13	16118,92
F.E.P.P		2012-05-18	ITALY	19590	18000
FUNDACION MCCH		2012-05-18	SPAIN	29518,36	17416
FUNDACION MCCH		2012-05-21	ITALY	27375	17500
DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS MILAGRO S.A. DISPRODUCSA		2012-06-04	SPAIN	19000	20000
FUNDACION MCCH		2012-06-12	ITALY	27963,6	18890
ZURITA BLACIO CARLOS	JUAN	2012-06-12	UNITED STATES	77924,6	16377,27
FUNDACION MCCH		2012-06-18	ITALY	37809,2	16853,6
FUNDACION MCCH		2012-06-18	ITALY	27375	17500
ALVAREZ CEDEÑO DEL CARMEN	NELLY	2012-06-19	UNITED STATES	9339,24	11706,33
DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS MILAGRO S.A. DISPRODUCSA		2012-06-19	SPAIN	21000	20000
FUNDACION MCCH		2012-07-03	SPAIN	4350	2500
CORPORACION MINTALAY	PAKTA	2012-07-06	SPAIN	21966,2	17045
FUNDACION MCCH		2012-07-11	ITALY	32785,2	17272
FUNDACION MCCH		2012-07-30	SPAIN	32483,56	18176,5
F.E.P.P		2012-08-07	ITALY	27572,3	16003
F.E.P.P		2012-08-07	SPAIN	23700	19000
FUNDACION MCCH		2012-08-17	SPAIN	11310	6500
ALVAREZ CEDEÑO DEL CARMEN	NELLY	2012-08-30	UNITED STATES	42390	13720,58
FUNDACION MCCH		2012-09-06	ITALY	35867,16	17332
FUNDACION MCCH		2012-09-06	SPAIN	24742,7	17575
FUNDACION MCCH		2012-09-18	ITALY	40905,12	15852,32
FUNDACION MCCH		2012-09-18	ITALY	37513,28	17331,16
CORPORACION MINTALAY	PAKTA	2012-09-25	GERMANY	28855,98	17658
F.E.P.P	FONDO	2012-09-26	SPAIN	26989,6	17750

ECUATORIANO POPULARUM PROGRESSIO FUNDACION MCCH	2012-10-01	ITALY	30995,76	17424,641
CRUZ HERMANOS	2012-10-04	SPAIN	39233,51	13328,92
IMPORTACIONES ECUDOS S.A.	2012-10-05	UNITED STATES	3098139	5458410
CORPORACION GRUPPO	2012-10-14	FRANCE	43559,52	16736
SALINAS FUNDACION MCCH	2012-10-18	SPAIN	32173,15	18245

Fuente: COBUS GROUP

Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

ANEXO 17

EXPORTACIONES DE LA PANELA (2007-2012)

FECHA DESPACHO	TOTAL FOB U\$S	TOTAL KGS NETO
2007	1395568,39	1243216,82
2008	1671290,80	1276343,99
2009	1791344,07	1281492,73
2010	1577421,04	1027847,78
2011	1765160,56	1014302,60
2012	4582480,84	6254360,01

Fuente: COBUS GROUP

Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

ANEXO 18

TOTAL FOB USD DE EMPRESAS EXPORTADORAS DE PANELA (2007-2012)

NOMBRE COMERCIAL	TOTAL FOB U\$S	PORCENTAJE
ECUDOS S.A.	3143617,52	25,56%
FUNDACION MCCH MAQUITA CUSHUNCHIC	3328726,93	27,07%
ALVAREZ CEDEÑO NELLY DEL CARMEN	1193825,75	9,71%
F.E.P.P FONDO ECUATORIANO POPULARUM PROGRESSIO	783431,56	6,37%
ARTESANIA AGRICOLA ARTEAGRICOLA CIA. LTDA.	1021795,9	8,31%
CORPORACION GRUPPO SALINAS	654486,6	5,32%
CORPORACION RANTINPAK	419206,69	3,41%
CORPORACION PAKTA MINTALAY	512173,37	4,16%
LATIN FOOD IMPORT & EXPORT S.A.	296231,28	2,41%
DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS MILAGRO S.A. DISPRODUCSA	354040,72	2,88%
NESTLE ECUADOR S.A.	153114,41	1,24%
PRODUCTOS SKSFARMS CIA. LTDA.	89450,41	0,73%
OTROS	348806,27	2,84%
	12298907,41	100,00%

Fuente: COBUS GROUP

Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

ANEXO 19

PAÍSES DESTINO DE LA EXPORTACIÓN DE LA PANELA (2007-2012)

PAIS DESTINO	CANTIDAD	PORCENTAJE
ITALIA	92	24,86%
ESPAÑA	93	25,14%
NO ESPECIFICADO	65	17,57%
ESTADOS UNIDOS	49	13,24%

ALEMANIA	22	5,95%
FRANCIA	22	5,95%
CANADA	7	1,89%
CHILE	6	1,62%
PAISES BAJOS	3	0,81%
INGLATERRA	2	0,54%
AUSTRIA	1	0,27%
BÉLGICA	1	0,27%
CUBA	3	0,81%
PERU	1	0,27%
PORTUGAL	3	0,81%
TOTAL	370	100,00%

Fuente: COBUS GROUP

Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

ANEXO 20

EXPORTACIONES DE FRUTOS SECOS O DESHIDRATADOS (2007-2012)

TOTAL FOB USD POR EMPRESAS EXPORTADORAS DE FRUTOS SECOS O DESHIDRATADOS (2007-2012)

PAÍSES DESTINO DE LA EXPORTACIÓN DE FRUTOS SECOS O DESHIDRATADOS (2007-2012)

NOMBRE COMERCIAL	FECHA DESPACHO	PAIS DESTINO	TOTAL FOB U\$S	TOTAL KGS NETO
PRODUCTOS SKSFARMS CIA. LTDA.	2007-12-28	UNITED STATES	6708,52	2463,8
TERRAFERTIL S.A.	2008-08-31	CHILE	1547,2	135
TERRAFERTIL S.A.	2008-12-31	CHILE	1636	114,8
TERRAFERTIL S.A.	2008-12-31	CHILE	811,6	40,4
MALDONADO LEON FRANKLIN DIOGENES	2009-11-12	COLOMBIA	14744	9043
FISHCORP S. A.	2010-03-12	UNITED STATES	1230	725,76
BASESUR	2010-04-27	UNITED STATES	22911,31	2506,1
NESTLE ECUADOR S.A.	2010-11-29	UNITED STATES	3628	750
NATIVES WORLD	2010-12-20	CANADA	2497,66	309,7
TERRAFERTIL S.A.	2011-08-31	CHILE	10039,2	1014
TERRAFERTIL S.A.	2011-08-31	CHILE		
TERRAFERTIL S.A.	2011-08-31	CHILE		
PRODUCTOS SKSFARMS CIA. LTDA.	2011-12-15	UNITED STATES	138311,81	16532,74
PRODUCTOS SKSFARMS CIA. LTDA.	2011-12-28	PAISES BAJOS	155459,83	13848,02
PRODUCTOS SKSFARMS CIA. LTDA.	2011-12-28	PAISES BAJOS		
TERRAFERTIL S.A.	2012-01-26	BELGIUM	24019,2	5004
PRODUCTOS SKSFARMS CIA. LTDA.	2012-02-27	UNITED STATES	78192,53	9248,62
PRODUCTOS SKSFARMS CIA. LTDA.	2012-02-27	UNITED STATES		
PRODUCTOS SKSFARMS CIA. LTDA.	2012-02-27	UNITED STATES		
FIGOSWEET CIA. LTDA	2012-03-26	PUERTO RICO	8275	2500
PRODUCTOS SKSFARMS CIA. LTDA.	2012-04-16	UNITED STATES	185450,59	17416,211

PRODUCTOS SKSFARMS CIA. LTDA.	2012-04-16	UNITED STATES		
TERRAFERTIL S.A.	2012-08-08	CHILE	7376,16	712,68
TERRAFERTIL S.A.	2012-08-08	CHILE		
TERRAFERTIL S.A.	2012-08-08	CHILE		
PRODUCTOS SKSFARMS CIA. LTDA.	2012-08-23	UNITED STATES	140279,7	15966,85
TERRAFERTIL S.A.	2012-08-29	CHILE	3736,8	371,9
TERRAFERTIL S.A.	2012-08-29	CHILE		
PRODUCTOS SKSFARMS CIA. LTDA.	2012-11-20	UNITED STATES	0	0
PRODUCTOS SKSFARMS CIA. LTDA.	2012-11-20	UNITED STATES		
PRODUCTOS SKSFARMS CIA. LTDA.	2012-11-20	UNITED STATES		
		TOTAL	806855,11	98703,581

Fuente: COBUS GROUP

Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

ANEXO 21

EXPORTACIONES DE FRUTOS SECOS O DESHIDRATADOS (2007-2012)

FECHA DESPACHO	TOTAL FOB U\$S	TOTAL KGS NETO
2007	6708,52	2463,8
2008	3994,8	290,2
2009	14744	9043
2010	30266,97	4291,56
2011	303810,84	31394,76
2012	447329,98	51220,261
TOTAL	806855,11	98703,581

Fuente: COBUS GROUP

Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

ANEXO 22

TOTAL FOB USD POR EMPRESAS EXPORTADORAS DE FRUTOS SECOS O DESHIDRATADOS (2007-2012)

NOMBRE COMERCIAL	TOTAL FOB U\$S	TOTAL KGS NETO
PRODUCTOS SKSFARMS CIA. LTDA.	704402,98	75476,241
TERRAFERTIL S.A.	49166,16	7392,78
BASESUR	22911,31	2506,1
MALDONADO LEON FRANKLIN DIOGENES	14744	9043
FIGOSWEET CIA. LTDA	8275	2500
NESTLE ECUADOR S.A.	3628	750
NATIVES WORLD	2497,66	309,7
FISHCORP S. A.	1230	725,76
TOTAL	806855,11	98703,581

Fuente: COBUS GROUP

Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez

ANEXO 23

PAÍSES DESTINO DE LA EXPORTACIÓN DE FRUTOS SECOS O DESHIDRATADOS
(2007-2012)

PAIS DESTINO	CANTIDAD	PORCENTAJE
ESTADOS UNIDOS	8	42,1%
CHILE	6	31,6%
CANADA	1	5,3%
BÉLGICA	1	5,3%
PAISES BAJOS	1	5,3%
PUERTO RICO	1	5,3%
COLOMBIA	1	5,3%
TOTAL	19	100%

Fuente: COBUS GROUP

Elaborado por: Anahí Herrera Gutiérrez